



VOLUMEN 12 | NÚMERO 2 | ABRIL 2014 | ISSN: 1695-7121

PASOS

Revista de Turismo
y Patrimonio Cultural

www.pasosonline.org

ULL

Universidad
de La Laguna
Instituto Universitario de Ciencias
Políticas y Sociales



COMITÉ EDITORIAL

Director: Agustín Santana Talavera

I.U. Ciencias Políticas y Sociales

Universidad de La Laguna (España)

E-mail: asantana@ull.es

Adjunto a dirección: Eduardo C. Cordeiro Gonçalves

ISMAI (Portugal)

E-mail: egoncalves@docentes.ismai.pt

Adjunto a dirección: Eduardo Parra López

I.U. Ciencias Políticas y Sociales

Universidad de La Laguna (España)

E-mail: eparra@ull.es

EDITORES TEMÁTICOS

Luisa Andreu Simó (Univ. de Valencia), España

Juan Aguirre (Univ. Latina-Heredia), Costa Rica

M^a Esther Chávez Álvarez (Univ. de La Laguna), España

Margarita Barreto (Univ. Federal de Santa Catarina), Brasil

Enrique Bigne (Univ. de Valencia), España

Maria Vittoria Calvi (Univ. de Milán), Italia

Sara Campo (Univ. Autónoma de Madrid), España

Pablo Díaz Rodríguez (Univ. Complutense de Madrid), España

Heredina Fernández Betancort (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España

Esther Fernández de Paz (Univ. de Sevilla), España

José Antonio Fraiz (Univ. de Vigo), España

Nuria Gali (Univ. de Girona), España

Antonio García Sánchez (Univ. Politécnica de Cartagena), España

Antonio Guevara Plaza (Univ. de Málaga), España

Margaret Hart Robinson (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España

Raúl Hernández Martín (Univ. de La Laguna), España

Carmelo León González (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España

Sergio Moreno Gil (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España

Maribel Osorio García (Univ. Autónoma del Estado de México), México

José J. Pascual Fernández (Univ. de La Laguna), España

Xerardo Pereiro Pérez (Univ. Trasa os Montes e Alto Douro), Portugal

Roque Pinto (Univ. Estadual de Santa Cruz), Brasil

Llorens Prats (Univ. de Barcelona), España

Emilio Romero Macías (Univ. de Huelva), España

José María Valcuende del Río (Univ. Pablo de Olavide), España

Fernando Vera Rebollo (Univ. de Alicante), España

José Antonio Donaire Benito (Univ. de Girona), España

Desiderio Gutiérrez Taño (Univ. de La Laguna), España

Gustavo Marín Guardado (CIESAS), México

Moisés Simancas Cruz (Univ. La Laguna), España

Carlos Alberto Steil (Univ. Federal do Rio Grande do Sul), Brasil

Raffaele Scuderi (Univ. de Bolzano), Italia

Secretaría: Alberto Jonay Rodríguez Darias

I.U. Ciencias Políticas y Sociales

Universidad de La Laguna (España)

E-mail: jonayalberto@gmail.com

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

Alessandro Simonicca (Univ. "La Sapienza" di Roma), Italia

Álvaro López Gallero (Univ. de la República), Uruguay

Anya Diekmann (Univ. Libre de Bruxelles), Bélgica

Artur Cristovao (UTAD), Portugal

Aurora Pedro Bueno (UV), España

Juan Gabriel Brida (Univ. de Bolzano), Italia

Cebaldo de León Smith (UTAD), Portugal

Christou Evangelos (Aegen Univ.), Grecia

Dallen J. Timothy (Brigham Young Univ.), USA

Daniel Hiernaux (UAM), México

Davis Gruber Sansolo (Univ.), Brasil

Dimitrios Buhalis (Univ. of Bournemouth.), Reino Unido

Eduardo Payos Sola (Ulysses Foundation. UV), España

Elisabeth Kastenholz (Univ. de Aveiro), Portugal

Elizabeth Tamanini (Uniplac/SC), Brasil

Gemma McGrath (Univ. of the Arts London.), Reino Unido

Jafar Jafari (Univ. of Wisconsin at Stout, Menomonie), USA

Juan Agudo Torrico (US), España

Juan Ramón Oreja Rodríguez (ULL), España

Julia Fraga (CINVESTAV), México

Julia Sanmartín Sáez (UV), España

Julio Grande (Sepinum), España

Marcelino Sanchez (UCLM), España

María D. Álvarez (Bogazici University), Turquía

Marianna Sigalas (Aegen Univ.), Grecia

Michael Riley (Univ. of Surrey), Reino Unido

Noemi Rabassa (URV España), España

Raoul Bianchi (Univ. of East London), Reino Unido

Regina Schlüter (CIET), Argentina

Ratana Chuenpagdee (Memorial University of Newfoundland), Canada

René Baretje-Keller (CIRET), Francia

Ricardo Diaz Armas (ULL), España

Richard W. Butler (Univ. of Strathclyde), Escocia

Rosana Guevara Ramos (UAM), México

Svein Jentoft (University of Tromsø), Norway

Thomas George Baum (Univ. of Strathclyde), Escocia

Vicente Monfort Mir (UJI), España

Edición digital: Varadero Informática

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural es una publicación en web que se especializa en el análisis académico y empresarial de los distintos procesos que se desarrollan en el sistema turístico, con especial interés a los usos de la cultura, la naturaleza y el territorio, la gente, los pueblos y sus espacios, el patrimonio integral. Desde una perspectiva inter y transdisciplinaria solicita y alienta escritos venidos desde las ciencias y la práctica administrativo-empresarial. Su objetivo es cumplir con el papel de foro de exposición y discusión de metodologías y teorías, además de la divulgación de estudios y experiencias. Pretende contribuir a otros esfuerzos encaminados a entender el turismo y progresar en las diversas formas de prevención de efectos no deseados, pero también perfeccionar la manera en que el turismo sirva de complemento a la mejora y desarrollo de la calidad de vida de los residentes en las áreas de destino.

PERIODICIDAD (números de carácter ordinario): ENERO; ABRIL; OCTUBRE

Para simplificar el proceso de revisión y publicación se pide a los colaboradores que se ajusten estrictamente a las normas editoriales que a continuación se indican.

Entrega de originales: Los trabajos deberán ser incorporados a la plataforma de gestión de la revista, previo registro del autor principal, en www.pasosonline.org/ojs

Metadatos: Deben incorporarse todos los metadatos solicitados en el registro del trabajo incorporado, incluyendo los datos referentes a los autores y en el apartado Resumen el realizado en el idioma original y, seguido, en inglés.

TEXTO A INCORPORAR

Formato de archivo: El archivo a incorporar deberá estar en formato MSWord (*.doc; *.docx) o OpenOffice Writer (*.odt)

Idioma: Los trabajos serán publicados en el idioma en el que sean entregados (español, portugués, inglés o francés).

Márgenes: Tres centímetros en todos los lados de la página.

Tipografía: Se utilizará en el texto la letra Times New Roman o Arial, tamaño 10, o similar. En las notas se utilizará el mismo tipo de letra a tamaño 9. No utilizar diversidad de fuentes ni de tamaños. Si se desea destacar alguna palabra o párrafo dentro del texto utilizar la misma fuente en cursiva.

Notas: Siempre serán situadas al final, utilizando el mismo tipo de letra que en el texto (Times New Roman o Arial) a tamaño 9

Título: El trabajo debe ir encabezado por su título en minúsculas y negrita. Bajo él se insertará el título en inglés. Es aconsejable que el título no supere en ningún caso los 100 caracteres (incluyendo espacios).

Resumen: Se debe insertar un resumen del artículo (120 – 150 palabras) en el idioma en que está escrito y su traducción al inglés. Para los artículos escritos en inglés se aportará su traducción al español.

Palabras clave: Se indicarán 5 – 7 palabras clave sobre el tema principal y su correspondiente traducción a inglés.

Texto: El texto debe ser escrito a 1,5 de espaciado y con una extensión de 5.000 a 9.000 palabras para artículos y de 3.000 a 5.000 tanto para opiniones y ensayos como para notas de investigación, incluyendo Título (y su traducción a inglés), Resumen (y su traducción a inglés), Palabras clave (y su

traducción a inglés), Introducción, los apartados que se estimen oportunos, Conclusión, Agradecimientos (si fuera pertinente) y Bibliografía.

Cuadros, Gráficos e Imágenes: Los artículos pueden incluir cualquier grafismo que se estime necesario. Deberán estar referidos en el texto y/o situados convenientemente y acompañados por un pie que los identifique. Pueden utilizarse colores, pero ha de tenerse en consideración la posibilidad de una publicación en soporte papel en blanco y negro.

Abreviaturas y acrónimos: Deberán ser bien deletreados y claramente definidos en su primer uso en el texto.

Citas y Bibliografía: En el texto las referencias bibliográficas harán referencia al autor y el año de publicación de la obra citada. Por ejemplo: (Smith, 2001) o (Nash, 1990; Smith, 2001). Cuando se considere necesaria una cita más precisa se indicará el número de página (Smith, 2001: 34). La lista bibliográfica al final del texto seguirá el orden alfabético de autores, siguiendo el formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann

2001 "Introduction to Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century (pp. 1-14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L.
1998 "War and tourism. An American Ethnography". Annals of Tourism Research, 25(1): 202-227.

Urry, J.

1990 The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies. London: Sage.

Para otro tipo de publicaciones se hará constar siempre autor, año, título y lugar de celebración o publicación y un estándar para documentos electrónicos, indicando dirección y fecha de acceso.

Originalidad: Se requiere el compromiso de los autores tanto de la originalidad de su trabajo como de no remitir su texto simultáneamente a otros medios para su publicación.

Derechos de autor y Responsabilidad: Es importante leer la sección "Declaración Ética" en el sitio web de la revista. Los autores serán los únicos responsables de las afirmaciones y declaraciones realizadas en su texto. El equipo editorial de PASOS se reserva el derecho de utilizar en ediciones compilatorias sucesivas los artículos editados. Los textos son publicados bajo licencia Creative Commons, por lo que podrán ser reproducidos como archivo pdf sin alteraciones, íntegramente y citando la fuente PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (www.pasosonline.org). La integración en publicaciones que impliquen la alteración del archivo original requerirán de permiso expreso del autor o autores y del Comité Editorial de PASOS.

Una vez comunicada la ACEPTACIÓN del texto para su publicación, los autores deben cumplimentar el formulario disponible en la sección "Declaración de derechos" y remitirlo al correo electrónico de la revista.

Proceso de revisión: Es importante leer la sección "Proceso de revisión" en el sitio web de la revista. Todos los trabajos serán sometidos a evaluación por pares anónimos externos a la revista. Se notificará a los autores el resultado de la revisión realizada mediante correo electrónico con una ficha resumen del arbitrio.

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. D.L. TF-2059/2002 ISSN 1695-7121

Revista cuatrimestral gratuita de distribución en web

<http://www.pasosonline.org>

E-mail: info@pasosonline.org

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract

PASOS. Revista de Turismo e Patrimônio Cultural é uma publicação web especializada na análise acadêmica e empresarial dos distintos processos que se desenvolvem no sistema turístico, com especial incidência nos usos da cultura, da natureza e do território, nas gentes, nos povos e nos seus espaços, no patrimônio integral. A partir de uma perspectiva inter e transdisciplinar solicita e encoraja escritos provenientes desde as ciências sociais à prática administrativa empresarial. Tem como escopo cumprir o papel de foro de exposição e discussão de metodologias e teorias, além da divulgação de estudos e experiências. Pretende ainda contribuir para a compreensão do turismo e o progresso das diversas formas de prevenção de impactos não desejados, mas também contribuir para que o turismo sirva de complemento à melhoria e desenvolvimento da qualidade de vida dos residentes nas áreas de destino.

Periodicidade de números ordinários: Janeiro; Abril; Outubro

Para simplificar o processo e revisão de publicação pede-se aos colaboradores que se ajustem estritamente às normas editoriais que a seguir se indicam.

Metadados: Devem ser indicados todos os metadados solicitados no registo do trabalho incorporado, incluindo os dados referentes aos autores e, em separado, o resumo no idioma original seguido de uma versão em inglês.

TEXTO A INCORPORAR

Formato do arquivo: O arquivo a incorporar deverá estar em formato MSWord (*.doc; *.docx) ou OpenOffice Writer (*.odt)

Idioma: Os trabalhos serão publicados no idioma em que sejam entregues (espanhol, português, inglês ou francês).

Margens: Três centímetros em todos os lados da página.

Grafia: Deverá utilizar no texto a letra Times New Roman ou *Arial*, tamanho 10, ou similar. Nas notas utiliza-se o mesmo tipo de letra em tamanho 9. Não utilizar diversidade de fontes nem de tamanhos. Se desejar destacar alguma palavra ou parágrafo dentro do texto deve utilizar a mesma fonte em cursiva.

Notas: Serão sempre colocadas no final, utilizando o mesmo tipo de letra do texto (Times New Roman ou *Arial*) tamanho 9.

Título: O trabalho deve ser encabeçado pelo seu título em minúsculas e bold.

Não devem incluir-se no documento dados do autor. Por baixo deve ser inscrito o título em inglês. É aconselhável que o título não ultrapasse os 100 caracteres (incluindo espaços)

Resumo: Deve constar um resumo do artigo (120 a 150 palavras) no idioma em que está escrito e a sua tradução em inglês. Para os artigos escritos em inglês deve incluir-se a sua tradução em espanhol.

Palavras-chave: Incluem-se 5-7 palavras-chave sobre o tema principal e a sua correspondente tradução para inglês.

Texto: Este deve apresentar o espaçamento de 1,5 ter uma extensão de cerca de 5 000 a 9 000 palavras para artigos e 3 000 a 5 000, tanto para opiniões e ensaios como para notas de investigação, incluindo título (e a sua correspondente tradução para inglês), Palavras-chave (e a sua correspondente tradução para inglês), Introdução, as notas que se entendam oportunas, Conclusão, Agradecimentos (se se justificarem) e Bibliografia.

Quadros, gráficos e imagens: Os artigos podem incluir qualquer grafismo que se ache necessário. Deverão estar referenciados com o número correspondente no texto e acompanhados por um título que os identifique. Podem utilizar-se cores; porém, a considerar-se a possibilidade de uma publicação em suporte de papel serão usadas apenas a preto e branco.

Abreviaturas e acrónimos: Deverão ser bem definidos na primeira vez que forem usados no texto.

Citações e bibliografia: No texto as referências bibliográficas terão que reportar o autor e o ano da publicação da obra citada. Por exemplo: (Smith, 2001) ou (Nash, 1990; Smith, 2001). Quando se considere necessário uma referência mais precisa deve incluir-se o número da página (Smith, 2001: 34). O aparato bibliográfico do final do texto surge consoante a ordem alfabética dos autores, respeitando o seguinte formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann

2001 "Introduction to Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century (pp.-14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L.

1998 "War and tourism. An American Ethnography". *Annals of Tourism Research*, 25(1): 2002-227.

Urry, J.

1990 *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Para outro tipo de publicação terá que ser sempre referenciado o autor, ano, título e lugar do evento ou publicação e um standard para documentos electrónicos, indicando endereço e data de acesso.

Originalidade: Requere-se o compromisso, tanto da originalidade do trabalho, como o de o texto não ter sido remetido simultaneamente para outros suportes para publicação.

Direitos e Responsabilidade: É importante ler a secção "Declaração Ética" no sítio da web da revista. Os autores serão os únicos responsáveis pelas afirmações e declarações proferidas no seu texto. À equipa editorial da PASOS reserva-se o direito de utilizar em edições compilatórias sucessivas os artigos editados. Os textos são publicados ao abrigo da licença Creative Commons, pelo que poderão ser reproduzidos como arquivo pdf sem alterações, integralmente e citando a fonte PASOS Revista de Turismo e Patrimônio Cultural (www.pasononline.org). A integração em publicações que implique a alteração do arquivo original requererão a autorização expressa do autor e da Comissão Editorial PASOS.

Uma vez comunicada a ACEITAÇÃO do texto para publicação, os autores devem completar o formulário disponível na secção "Declaração de direitos" e remetê-lo pelo correio electrónico da revista.

Processo de revisão: É importante ler a secção "Processo de revisão" no sítio web da revista. Todos os trabalhos serão submetidos e avaliados por pares anónimos externos à revista. Os autores serão notificados dos resultados da revisão realizada mediante uma ficha- resumo da arbitragem.

Índice

Artículos

José Álvarez García María de la Cruz Del Río Rama José Antonio Fraiz Brea Mercedes Vila Alonso	Nivel de implementación de la calidad en los balnearios españoles	259
Eliane Lopes Brenner Gerda K. Priestley	Planning and sustainable development: a proposal applied to the hydrothermal complex in Caldas Novas, Brazil	281
Pilar Alberca-Oliver	¿Incide el resultado contable y la dimensión empresarial en la eficiencia de las empresas hoteleras?	299
Paulo Hayashi Jr. Gustavo Abib Maria Marlene Bouscheid	O uso estratégico de recursos e capacidades no setor hoteleiro: O caso Ritz Porto Alegre	315
Fernando Almeida García, Antonia Balbuena Vázquez	Mar del Plata (Argentina) y Málaga (España). Estudio comparado de dos destinos turísticos	325
Jesús Bojorquez Luque	Evolución y planeación urbana en la ciudad turística de Cabo San Lucas, Baja California Sur (México)	341
Andrés E. Miguel Velasco Néstor Solís Jiménez Julio César Torres Valdez Pedro Maldonado Cruz	El impacto territorial del turismo en el desarrollo sustentable: el caso de las regiones de México 2000-2010	357
Manuel Diamantino Tojal	A importância dos folhetos e brochuras na construção da imagem de um destino turístico. Estudo comparativo de três casos: Vila do Conde, Póvoa de Varzim e Esposende	369
José Luis Sánchez-Cortez María Concepción Arredondo-García Juana Claudia Leyva-Aguilera Guillermo Ávila-Serrano Carlos Figueroa-Beltrán Josep Mata-Perelló	Propuesta de matriz para evaluación de proyectos geoparques en América Latina, con base en Áreas Naturales Protegidas: Aplicación y Casos de Estudio.	383
Hugo García Andreu	El círculo vicioso del turismo residencial: análisis de los factores locales del boom inmobiliario español	395
Jurema Nascimento Ribeiro Tamiles Santos Andrade Claudio Roberto Braghini	Sabores, saberes e o desenvolvimento do ecoturismo na comunidade Mem de Sá, Itaporanga D'Ajuda, Estado de Sergipe	409

Jose de Jesus Cuevas Mejia	Maíz: Alimento fundamental en las tradiciones y costumbres mexicanas	425
Bertha Elenis Rivas Alfonso	El Casabe y la Arepa: Alimentos Prehispánicos de la Culinaria Indígena Venezolana	433

Opiniones y ensayos

Maria Rita Oliveira Nunes Kaline Mendonça dos Santos Francisco Fransualdo de Azevedo	Turismo e capital social: uma aproximação teórica e conceitual	443
Hermys Lorenzo Linares Geily Morales Garrido	Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo	453
Francisco Javier Dóniz-Páez	Reflexiones en torno al turismo volcánico. El caso de Islas Canarias, España	467

Nota de investigación

Ana Mesía López	Propuesta de itinerario turístico para una ciudad histórica a partir de las figuras de protección patrimonial de sus inmuebles. Un ensayo para el municipio de Padrón (A Coruña)	479
José Alfonso Baños Francia	Turismo, identidad y espacio público en Puerto Vallarta, México. Apuntes sobre tres intervenciones recientes	491

Book Review

Maximiliano E. Korstanje	Comparative Tourism Marketing Case Studies	499
--------------------------	--	-----

Nivel de implementación de la calidad en los balnearios españoles

José Álvarez García*

Universidad de Extremadura (España)

María de la Cruz Del Río Rama**

José António Fraiz Brea***

Mercedes Vila Alonso****

Universidad de Vigo (España)

Abstract: This article presents the results of an empirical study conducted in 29 of the 33 Health Resorts Spanish certified with the mark “Q for Tourist Quality” in 2010. The aim is to determine the level of implementation of critical factors of quality in the spas in the face to determine a subsequent series of strengths and areas for improvement of Total Quality Management. The methodology of work is a descriptive analysis that allows us to analyze the level of implementation of the critical factors and the application of exploratory factor analysis to validate the scale. The results indicate the critical factors discussed in Spanish health resorts deployment have a degree greater than 77%.

Key Words: Quality Management, Health Resorts, Critical Factors, Exploratory Factorial Analysis.

Implementation level of quality in the Spanish health resorts

Resumen: En este artículo se exponen los resultados de un estudio empírico llevado a cabo en 29 balnearios españoles de los 33 certificados con la Marca “Q de Calidad Turística” en el año 2010. El objetivo es conocer el nivel de implementación de factores críticos de la calidad en los balnearios de cara a poder determinar posteriormente una serie de puntos fuertes y áreas de mejora de la Gestión de la Calidad Total. La metodología de trabajo consiste en un análisis descriptivo que nos permite analizar el nivel de implantación de los factores críticos, y la aplicación del análisis factorial exploratorio para la validación de la escala. Los resultados obtenidos indican que el nivel de implantación de los factores críticos analizados en los balnearios españoles presenta un grado de implantación superior al 77%.

Palabras Clave: Gestión de la Calidad, Balnearios, Factores Críticos, Análisis Factorial Exploratorio.

1. Introducción

El turismo de salud a partir de la década de los 80 se ha convertido en un enfoque para la investigación académica (Goodrich, 1993) propiciado por su rápido crecimiento en los últimos años. En la actualidad se ha convertido en una alternativa al turismo convencional, al producirse un cambio de valores en los consumidores “*que pasan a entender salud con un concepto más amplio que la ausencia*

de enfermedad y sí como un sinónimo de calidad de vida” (Bonfada et al., 2011) y por otro lado, por el aumento de la calidad de vida y mayor disponibilidad de tiempo que lleva a los consumidores a demandar ocio y esparcimiento.

Esta tipología de turismo se puede definir uniendo dos enfoques diferentes: infraestructuras médicas y combinación de actividades de rehabilitación y bienestar. En 1973 fue definido por la Unión Internacional de Organizaciones Turísticas como “*turismo*

* Universidad de Extremadura, Departamento de Economía Financiera y Contabilidad E-mail: pepealvarez@unex.es;
** E-mail: delrio@uvigo.es; *** E-mail: jafraiz@uvigo.es; ****E-mail: mvila@uvigo.es

que se basa en la provisión de infraestructuras de salud utilizando los recursos del país, en particular sus aguas minerales y su clima" (Mintel, 2007). El objetivo del turismo de salud es recuperar, mejorar ó mantener la salud y es un término que engloba dos vertientes: la terapéutica-servicios médicos y el bienestar-servicios wellness (Global Spa Summit LLC, 2011). ANET/ANBAL, 2006 clasifica la oferta de este tipo de turismo en termalismo, talasoterapia y tratamientos marinos (salud basada en el agua), y centros de salud y belleza (no basada en el agua).

En España el turismo de salud es una actividad en auge constituyendo los balnearios el principal representante de este segmento turístico (Artal Tur et al., 2004). Los balnearios Españoles vivieron una época de esplendor a finales del siglo XIX y principios del XX que ha empezado a resurgir a mediados de los 90, este resurgimiento ha sido propiciado por la coexistencia de dos posturas en el turismo termal actual, la postura terapéutica y la lúdica (Lopes et al., 2011). Hoy en día los balnearios, en la mayoría de los casos, se han convertido en centros de salud por las propiedades minero-medicinales de sus aguas y servicios médicos ofrecidos. Además cuentan con adecuadas y renovadas instalaciones termales y hoteleras, en las que el cliente tiene a su alcance todo tipo de servicios -salud, relax, ocio, estética y belleza- encaminados a satisfacer un amplio abanico de necesidades.

Aunque para ANBAL (Asociación Nacional de Estaciones Termales, 2006) el balneario o estación termal es "aquella instalación que dispone de aguas minero-medicinales declaradas de utilidad pública, servicio médico e instalaciones adecuadas para llevar a cabo los tratamientos que se prescriban". Sin embargo, en la actualidad estos establecimientos en su proceso de adaptación a la demanda han adquirido un enfoque más amplio de forma que los balnearios sirven tanto para tratar dolencias o prevenirlas, como para darse un respiro y pasar unos días de descanso y puesta en forma en plena naturaleza, rodeados de silencio y paz y disfrutando de unas auténticas vacaciones de salud.

Los balnearios, como cualquier empresa de servicios turísticos, intentan adaptarse a la demanda de los clientes cada vez más exigentes y sofisticados para conseguir su satisfacción y poder así sobrevivir en un contexto en el que tienen que competir con otros productos turísticos. En este sentido, numerosos investigadores consideran que la Gestión de la Calidad Total es una herramienta que contribuye a que las empresas sean más competitivas, al proporcionar esta un enfoque para la mejora continua de cada uno de los aspectos del negocio; tanto lo que denominamos calidad interna, mejorar las actividades (Sila, 2007; Lee et al., 2009; Mak, 2011)¹, como la calidad externa o el rendimiento de las empresas (Powell, 1995; Kaynak, 2003).

Si bien, en lo referente a su capacidad para influir positivamente en los resultados financieros existen investigaciones con resultados contrapuestos (Tari y Pereira, 2012), esta disparidad de resultados se explica por el hecho de que la realización de estudios para analizar los efectos de la implementación de Sistemas de Gestión de la Calidad (SGC) en los resultados financieros no es tarea fácil (Marín, 2009). Esto es así puesto que la calidad no se correlaciona directamente con el rendimiento global de las empresas, sino que operan a través de factores intermedios (productividad, satisfacción del cliente, etc.) difíciles de controlar, pero que ejercen un mayor peso o influencia en la consecución de los resultados (Powell, 1995); estos factores dificultan el establecimiento de una relación transparente entre calidad y el resultado financiero (Hardie, 1998).

En definitiva, "la calidad turística ha pasado de ser considerada como una característica de valor añadido a configurarse como una estrategia del sector turístico español ante los nuevos retos que el mercado plantea" (Dossier sobre Calidad Turística, 2012). En este sentido, la Gestión de la Calidad va a permitir diferenciarse y competir en un nuevo escenario caracterizado por rápidos cambios en la oferta y la demanda (Casadesu et al., 2010).

Así, la calidad y los principios/factores críticos necesarios para su implantación se han convertido en objeto de estudio de numerosas investigaciones, realizadas mayoritariamente en el sector industrial, comenzando su investigación en el sector turístico posteriormente, con la realización de estudios de gran relevancia acerca de la implantación de la calidad en los servicios y la mejora de los hoteles -rendimiento, resultados y desempeño operativo- (Harrington y Akehurst, 1996, 2000; Azorín et al., 2009; Tari et al., 2009; Tari et al., 2010; Cortés et al., 2012; Pereira et al., 2012; Tari y Pereira, 2012; Álvarez et al., 2013a; Pertusa, 2013), aplicación de la GCT y prácticas de recursos humanos (Partlow, 1996; Breiter y Bloomquist, 1998; Arasli, 2002; Tsaury y Lin, 2004; Rodríguez y Alonso, 2011), aplicación del modelo EFQM en la industria hotelera (Camisón, 1996; Ribeiro, 1999), motivaciones, barreras y beneficios a la implantación en hoteles y alojamiento rural (Álvarez et al., 2012a, b; Álvarez et al., 2013b,d; Del Río et al. 2013,2013).

Los estudios de Saunders y Graham (1992); Motwani et al. (1996); Claver et al., (2006); Rubio et al. (2011); Alonso et al. (2012); Álvarez et al. (2012a); Fraiz et al. (2012); Tari et al. (2012) determinan las razones para implantar un sistema de calidad en los hoteles y Álvarez et al. (2012b, 2013b) analizan los beneficios percibidos por los gerentes de los hoteles derivados de la implantación de su Sistema de Gestión de la Calidad (SGC). Por otro

lado, Keating y Harrington (2003) revisan cuáles son los aspectos fundamentales de la organización hotelera para implantar con éxito y remarcan la importancia de la implicación de la dirección general, de la implantación de una filosofía de delegación de autoridad y de fomentar un cambio cultural. Álvarez et al. (2012c) analiza el grado de utilización de las herramientas de calidad en los hoteles dependiendo del nivel de implantación de los factores críticos y Dick et al. (2013) analizan si los factores internos o externos para la búsqueda de la implantación y certificación de un SGC tienen diferentes impactos en los beneficios.

Sin embargo, el sector balnearios no ha sido objeto de prácticamente ninguna investigación (Álvarez et al., 2012d,e,f y Álvarez et al., 2013c) en este ámbito, investigación por otro lado necesaria debido al auge y la importancia que el turismo de salud está adquiriendo en la sociedad actual ya que, aunque constituye un pequeño nicho de mercado, tiene grandes posibilidades de crecimiento frente al turismo tradicional², según Bonfada et al., (2011:27) *“las cifras de este mercado son altas y el mercado apunta para el surgimiento de nuevos centros con una procura cada vez más grande por parte de los usuarios”*. La importancia de este tema nos hace comprender la necesaria investigación, tanto teórica como empírica, que ayude a desarrollar un marco teórico-práctico para los balnearios que deseen implantar la calidad como fuente de ventaja competitiva.

Por todo lo expuesto anteriormente, hemos planteado este estudio empírico en los establecimientos termales por dos razones: (1) El vacío detectado de investigaciones en materia de Gestión de la Calidad llevadas a cabo en el sector termal; y (2) el estudio en establecimientos termales que poseen el Sistema de Calidad basado en las normas UNE que proporcionan la certificación en la Marca Q de Calidad Turística, en este caso la norma UNE 186001:2009-balnearios y norma UNE 182001:2008 Hoteles y Apartamentos Turísticos³.

Este trabajo tiene el objetivo de analizar el nivel de implantación de la Gestión de la Calidad Total en el sector balnearios en España, de cara a poder determinar posteriormente una serie de puntos fuertes y áreas de mejora de la Gestión de la Calidad Total en los establecimientos termales.

Para poder dar respuesta a este objetivo estructuramos el trabajo en cuatro partes. En primer lugar, presentamos la revisión de la literatura, a continuación planteamos la metodología de investigación, en la tercera parte, realizamos el análisis de datos y, por último, en el cuarto epígrafe recogemos las conclusiones más importantes del trabajo.

2. Revisión de la literatura

2.1. La Marca Q de Calidad Turística

A mediados de los años 90 el sector turístico junto con la Administración Pública española, decide apostar por un cambio estratégico para adaptarse a los cambios en la demanda e impulsar la Calidad como herramienta competitiva. Este nuevo enfoque, en el que la calidad es el eje principal y el turista el centro de atención de dicha política, ha dado lugar a que la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo haya desarrollado el SCTE-Sistema de Calidad Turística Española.

Este Sistema de Gestión de la Calidad tiene cuatro componentes (Casadesús et al., 2010): (1) normas de calidad específicas para cada uno de los subsectores turísticos, que definen el proceso, los estándares de servicio y los requisitos de calidad del mismo; (2) un sistema de certificación mediante el cual una tercera parte independiente garantiza que las empresas cumplan las normas; (3) la Marca Q de Calidad Turística; (4) un organismo de gestión, conocido como el ICTE que promueve el sistema y es responsable de su ejecución, de su integridad y difusión. La marca Q de Calidad Turística es otorgada por el Instituto de Calidad Turística Española y hasta este momento se han desarrollado las normas de calidad en 21 subsectores turísticos.

En el caso de los balnearios la norma aplicable es la UNE 186001:2009 y si el balneario dispone de instalación hotelera (en España la mayor parte de los balnearios disponen del servicio de alojamiento) el ICTE obliga a auditar conjuntamente con la norma UNE 182001:2008 Hoteles y Apartamentos Turísticos, obteniendo una doble distinción.

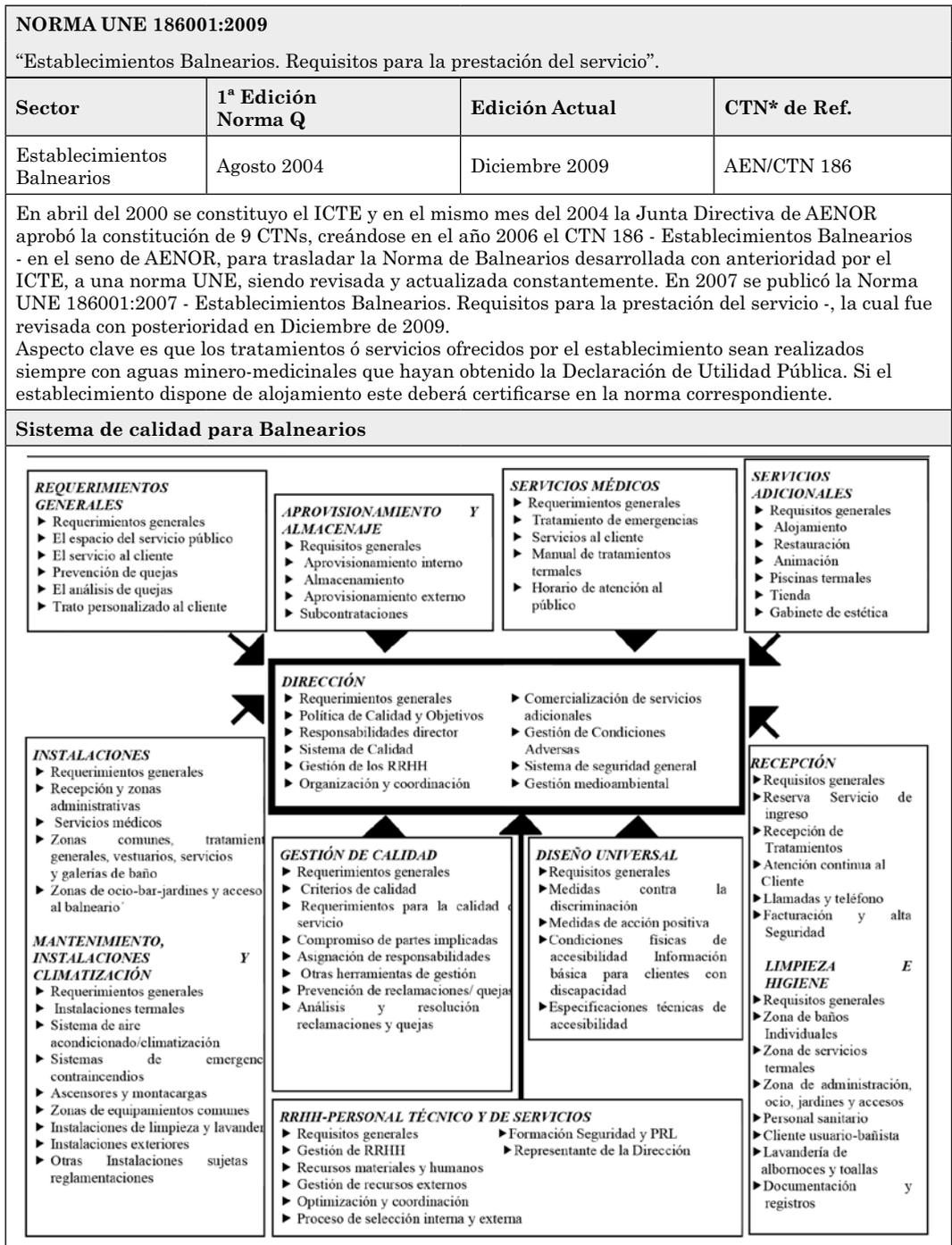
Las principales diferencias de estas normas con respecto a la norma ISO 9001 son:

- La norma ISO 9001 es un sistema de aseguramiento de la calidad, mientras que estas normas UNE se sitúan en un nivel intermedio entre la ISO 9000 y el Modelo EFQM, por lo que la implantación de la misma es perfectamente compatible con una certificación ISO 9001 y la excelencia, estando la diferencia entre ambas certificaciones está en los requisitos aplicables y el nivel de exigencia de las normas de referencia.

- La norma ISO 9001 es más versátil y aplicable a cualquier organización mientras que las normas del ICTE son sólo aplicables a la actividad turística. Aunque las normas creadas por el ICTE tienen una base común importante con la ISO 9001 cada una de ellas aporta un enfoque de la norma desde el punto de vista del subsector turístico analizado, introduciendo requisitos que la ISO no contempla.

- Desde el punto de vista del cliente, la certificación ISO 9001 (específica para la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad) no garantiza

Figura 1: Estructura de la norma UNE 186001:2009- Balnearios



*Comité Técnico de Normalización
Fuente: Manual de Calidad Turística ICTE (2009:32)

un nivel de calidad concreto sino que el servicio se ajustará a las especificaciones marcadas por el establecimiento. En el caso de las normas ICTE (normas que definen el nivel de servicio al cliente) éstas especifican que debe determinarse un sistema de calidad propio del establecimiento turístico (Camisón et al., 2007), e incluyen las especificaciones del servicio que debe implementar la empresa que se adhiera al sistema. En el caso de la norma UNE 186001:2009 ésta estandariza, con el objetivo de la búsqueda de la satisfacción del cliente, desde el sistema de gestión de los balnearios hasta los servicios médicos ofertados, pasando por los tratamientos realizados en las instalaciones, los procesos de apoyo (limpieza, mantenimiento, etc.) o la zona de ocio del complejo. Los requisitos de la norma son aplicables a los procesos de gestión y a los servicios que se prestan en un balneario.

2.2. Factores críticos

Mediante la revisión de la literatura se constata que la mayor parte de las investigaciones sobre Sistemas de Gestión de la Calidad han sido llevadas a cabo en el sector industrial y planteadas en diferentes subsectores de actividad con diferentes objetivos como son, identificar los factores críticos de la calidad, plantear modelos de medida, medir la influencia de la implantación de estos sistemas en los resultados de las empresas y en el desempeño organizativo, etc. Para su revisión pueden verse varios estudios muy rigurosos cuyo objetivo ha sido realizar una revisión de la literatura en el campo de la calidad; Ahire et al. (1996), Sila y Ebrahimpour (2002), Sousa y Voss (2002), Molina et al. (2003) y Calvo de Mora et al. (2003).

En lo referente a la literatura sobre calidad de servicio, y particularmente en el turismo, se ha desarrollado principalmente desde la perspectiva del marketing, y se ha centrado especialmente en la definición y medida de la calidad del servicio desde la perspectiva de los clientes, la identificación de las dimensiones que integran el constructo de calidad de servicio, el análisis de las relaciones entre la calidad de servicio y satisfacción y los efectos de estos constructos sobre el comportamiento del consumidor.

Calvo de Mora et al. (2003); Serrano Bedia et al. (2007) y Santomá y Costa (2007)⁴, han realizado una exhaustiva revisión de los trabajos en el ámbito de la gestión de la calidad. Los primeros se centraron en el sector servicios, los segundos revisaron los trabajos en el contexto del turismo desde una perspectiva de gestión y Santomá y Costa se centraron en analizar los principales estudios en el sector hotelero desde 1990 hasta el 2007.

En este sentido, estos estudios han percibido una falta de trabajos que relacionen los conceptos de gestión del establecimiento con la calidad de servicio. La mayor parte de los estudios se han basado en la medición de la calidad de servicio y no en la gestión de la calidad, no hay prácticamente estudios que se centren en cómo los procesos internos de la empresa son gestionados por los directivos con el objetivo de ofrecer un servicio que satisfaga al cliente.

Por tanto, nuestro punto de partida, para la revisión bibliográfica de los factores críticos es la literatura en el sector industrial. En ella ha quedado demostrado que para que la implantación de la Gestión de la Calidad Total tenga éxito es necesario tener en cuenta los principios de la calidad ó factores críticos (Easton y Jarrell, 1998; Claver et al., 1999; Wilkinson et al., 1998; Zhang, 2000), junto con las prácticas, herramientas y técnicas que nos permiten aplicarlos. En este sentido, Kanji (1998) determina que los principios, o factores críticos de éxito, son las áreas clave de la organización que de gestionarse de forma adecuada, garantizan la mejora de la competitividad y la excelencia empresarial.

Estos factores críticos a tener en cuenta han tratado de identificarse desde tres áreas diferentes: (1) las aportaciones de los gurús de la calidad (Crosby, 1979; Deming, 1982, Ishikawa, 1985; Juran, 1988; Feigenbaum, 1991), (2) los modelos para la implantación de la calidad que han surgido, y (3) las aportaciones fundamentales de las investigaciones empíricas llevadas a cabo por estudiosos del tema Gestión de la Calidad Total. Los resultados varían de unos a otros, puesto que cada investigador señala los que bajo su punto de vista son los fundamentales para gestionar correctamente la organización, mejorar la competitividad y la excelencia empresarial, pero se hace necesario llegar a un consenso de cuáles son esos principios de gestión de la calidad.

En este sentido, la primera investigación llevada a cabo para definir o determinar cuáles son los factores críticos o principios básicos de la calidad fue el estudio de Saraph et al. (1989). Su objetivo fue desarrollar y validar empíricamente un instrumento para medir las prácticas de calidad y en el mismo aporta ocho factores críticos recogidos de la literatura publicada por los gurús de la calidad.

La línea de investigación que Saraph et al. (1989) inició, es decir, elaborar un instrumento válido para medir las prácticas de gestión de la calidad en las empresas, fue seguida por estudios realizados por Flynn et al. (1994), Ahire et al. (1996) y Rao et al. (1999). Son muchos los investigadores que realizaron investigaciones en este sentido (Powell, 1995; Anderson et al., 1995; Leal, 1997;

Tabla 1: Factores críticos más comúnmente aparecidos en los estudios analizados por Sila y Ebrahimpour (2002)

Compromiso de la alta dirección (TMC)	El trabajo en equipo
La Responsabilidad Social (RS). (incluye control del medio ambiente, la seguridad de los empleados, clientes y sociedad, y otras cuestiones)	Evaluación de los empleados, las recompensas y los reconocimientos
La planificación estratégica (SP)	Gestión por procesos
El enfoque al cliente y la satisfacción	Control de procesos
Calidad de la información y medida del desempeño	Diseño de los productos o servicios
Benchmarking (evaluación comparativa)	La gestión de proveedores
Gestión de los RR.HH.	La mejora continua y la innovación
Capacitación	Aseguramiento de la calidad
Implicación de los trabajadores	Cero defectos
Empowerment de los empleados	La cultura de la calidad
Satisfacción de los empleados	Comunicación
	Los sistemas de calidad (en su mayoría las cuestiones que afectan a la ISO 9000)
	Justo a tiempo (JIT)
	Flexibilidad

Fuente: Sila y Ebrahimpour (2002:923).

Grandzol y Gershon, 1998; Quazi et al., 1998; Rao et al., 1998; Easton y Jarrel, 1998; Motwani et al., 2001; Sureshchandar et al., 2001; Antony et al., 2002; Conca et al., 2004, Álvarez et al., 2011, entre otros). Tras esta recopilación de estudios, se hace patente que los principios considerados en la GCT son diferentes entre los distintos investigadores, así como varían en número.

Destacan tres trabajos, en los que se ha planteado como objetivo recopilar los factores críticos utilizados en los estudios realizados en los últimos años: Sila y Ebrahimpour (2002) examinaron los factores críticos aparecidos en los estudios realizados entre 1989 y 2000, en diferentes países y publicados en diversos tipos de revistas (tabla 1); Claver et al. (2003) realizaron también una agrupación de todos aquellos que aparecen de forma reiterada en la mayoría de las investigaciones: el enfoque al cliente, liderazgo, planificación de la calidad, gestión basada en hechos, mejora continua, gestión de recursos humanos (participación de todos los miembros, formación, equipos de trabajo y sistemas de comunicación), aprendizaje, gestión de procesos, la cooperación con los proveedores, la mejora continua y la preocupación por las consecuencias sociales y medioambientales.

En esta misma línea, Camisón et al. (2007:273) reagrupó y sintetizó los principios utilizados en la literatura más relevante sobre el tema en 10 principios: orientación al cliente externo, orientación hacia los grupos de interés, cooperación interna y trabajo en equipo, liderazgo y compromiso de la dirección, gestión por procesos y sistemas, gestión por hechos o basada en la información, orientación a las personal o al cliente interno, aprendizaje, in-

novación y mejora continua, desarrollo de alianzas o cooperación externa, enfoque ético.

Además de toda la investigación analizada también surgió, en un intento de ayudar a las empresas en su implantación de la GCT, también surgieron los modelos de calidad, que son guías para la implantación de la mejora continua en la empresa o para realizar autoevaluaciones de sus prácticas de calidad en esa dirección. Podemos citar como principales modelos el Malcolm Baldrige National Quality Award (EEUU), el modelo de La Fundación Europea para la Calidad (EFQM), y modelo Premio Deming en Japón.

Todos ellos han agrupado los factores críticos de la Gestión de la Calidad y aunque existen diferencias entre ellos, presentan una serie de elementos comunes (Ritchie y Dale, 2000). El énfasis de estos modelos es el logro de la satisfacción del cliente a través de la mejora continua.

3. Metodología de investigación

En este contexto, el objeto elegido para llevar a cabo nuestra investigación son los establecimientos termales a nivel nacional, siendo éstos los principales representantes del Turismo de Salud, que como ya se ha mencionado, es un turismo en auge y con un gran potencial de crecimiento tanto en España como en otros países.

Así, la población objeto de estudio está formada por los balnearios que poseen la certificación "Q de Calidad Turística" (UNE 186001:2009-balnearios y norma UNE 182001:2008 Hoteles y Apartamentos Turísticos). La base de datos la hemos elaborado a partir de la información contenida en la página

Tabla 2: Ficha técnica del estudio

Ficha Técnica	
Universo de población	Balnearios certificados con la Q de Calidad Turística (servicio balneario y servicio alojamiento)
Ámbito Geográfico	España
Población	33 balnearios
Tamaño de la muestra	29 encuestas válidas
Índice de respuesta	87,87%
Error muestral	+ - 6,47%
Nivel de confianza	95 % Z= 1,96 p=q=0,5
Método de recogida de información	Cuestionario e-mail
Fecha del trabajo de campo	Octubre a Diciembre de 2010

web del ICTE (Instituto para la Calidad Turística Española⁵, www.ictes.es).

El tamaño poblacional asciende a 33 balnearios certificados con la "Q" y el proceso de recogida de datos comenzó el 15 de octubre de 2010 y finalizó el 15 de diciembre de ese mismo año, realizándose el mismo a través de uno o varios contactos por email con los responsables de calidad de los establecimientos balnearios.

Una vez realizado el primer envío por mail en el mes de octubre, éste se repitió posteriormente dos veces más a lo largo de los dos meses que duró el proceso de recogida de datos con la finalidad de obtener un mayor índice de respuesta. Fueron devueltos debidamente cumplimentados 25, y 4

incompletos, en cuyo caso se solicitó a través de mail y contacto telefónico la cumplimentación completa de los mismos, lo que nos proporcionó una muestra de 29 cuestionarios validos que representan un índice de respuesta de aproximadamente un 88%.

En la tabla 2 se recoge la ficha técnica del trabajo de campo realizado.

Respecto a los datos de clasificación de la muestra 10 balnearios son de pequeño tamaño y 19 medianos, medido este por número de empleados⁶ (balneario junto con alojamiento); si lo medidos por el número de habitaciones⁷ 18 son de pequeño tamaño y 11 medianos. Si hacemos referencia a la categoría: 5 balnearios (parte alojamiento) son de 2 estrellas, 14 de tres estrellas y 10 de cuatro estrellas. Existen

Tabla 3: Validez del contenido de las escalas de medida

Escalas de medida		Fuentes bibliográficas
Escala para conocer el nivel de calidad de las empresas		
Nivel implantación Factores críticos	Liderazgo	Black y Porter (1995, 1996) ; Powel (1995) ; Grandzol y Gershon (1998) ; Modelo EFQM (1999)
	Política/Planificación de calidad	Saraph et al. (1989) ; Black y Porter (1995, 1996) ; Ahire, Golhar y Waller (1996) ; Modelo EFQM (1999)
	Alianzas y recursos	Saraph et al. (1989) ; Black y Porter (1995, 1996) ; Ahire, Golhar y Waller (1996) ; Grandzol y Gershon (1998) ; Modelo EFQM (1999)
	Gestión de los empleados	Saraph et al. (1989) ; Black y Porter (1995, 1996) ; Ahire, Golhar y Waller (1996) ; Modelo EFQM (1999)
	Aprendizaje	Grandzol y Gershon (1998)
	Gestión de los procesos: Procesos	Black y Porter (1995, 1996) ; Powel (1995) ; Ahire, Golhar y Waller (1996) ; Grandzol y Gershon (1998) ; Modelo EFQM (1999)
	Gestión de los procesos: Mejora continua	Saraph et al. (1989) ; Black y Porter (1995, 1996) ; Powel (1995) ; Grandzol y Gershon (1998) ; Modelo EFQM (1999)
Resultados de la calidad	Satisfacción de los clientes	Grandzol y Gershon (1998) ; Modelo EFQM (1999)
	Satisfacción de los empleados	Grandzol y Gershon (1998) ; Modelo EFQM (1999)
	Impacto social	Modelo EFQM (1999)
	Resultados clave	Powel (1995) ; Modelo EFQM (1999)

Tabla 4: Media y desviación típica de los factores críticos y resultados en Balnearios españoles

Factores críticos		Media (de 1 a 7) ^a	Desviación típica	% grado de implantación ⁶
GP	Gestión de los procesos	5,7103	0,87980	81,58
PO	Política de calidad/ planificación de la calidad	5,6897	1,20574	81,28
AL	Alianzas y recursos	5,6749	1,01224	81,07
LI	Liderazgo	5,6034	1,08617	80,05
AP	Aprendizaje	5,4943	1,24353	78,49
GEM	Gestión de los empleados	5,4545	1,07949	77,92

^a Puntuación media entre 6 y 7 – Fuertemente implantados; Puntuación media entre 5 y 6 – Con una puntuación importante; Puntuación media entre 4 y 5 – Implantación media; Puntuación media inferior a 4 – Débil implantación .

Resultados de la calidad		Media (de 1 a 7) ^b	Desviación típica
RSC	Resultados/satisfacción de los clientes	6,3103	0,56896
RSE	Resultados/satisfacción de los empleados	4,8534	1,04533
RSS	Resultados impacto social	4,7414	1,30330
RC	Resultados clave	4,6897	0,80161

^b Puntuación media entre 6 y 7 – Totalmente de acuerdo; Puntuación media entre 5 y 6 – Muy de acuerdo; Puntuación media entre 4 y 5 – De acuerdo; Puntuación media inferior a 4 – Indiferente

15 balnearios certificados con una antigüedad en la norma (UNE186001:2009-norma balnearios y UNE 182001:2008 Hoteles y Apartamentos Turísticos) entre 0-3 años, y 14 balnearios con más de 3 años de antigüedad en la certificación; asimismo, 10 balnearios tienen además de la certificación Q algún otro sistema de aseguramiento de la calidad (ISO 9001 ó ISO 14001). Por último destacamos que 12 de los mismos permanecen abiertos todo el año y 17 realizan un cierre temporal.

Para diseñar el cuestionario, en primer lugar realizamos una revisión bibliográfica de los trabajos que analizaban las variables propuestas en esta investigación lo que dio lugar a la generación de un conjunto amplio de ítems de forma que se garantiza la validez interna de la escala (tabla 3). En segundo lugar determinamos el formato de la escala, para ello analizamos los diversos formatos de escala posibles⁸, decidiéndonos por la utilización de una escala Likert de 7 puntos para la medición de las variables en términos cuantitativos. Además, en la primera parte del cuestionario se solicitaba información general de la empresa con la finalidad de que nos sirviera para elaborar el perfil de las empresas encuestadas.

Para el instrumento de medida de los factores críticos; liderazgo (8 ítems), política/planificación de

la calidad (7), alianzas y recursos (7), gestión de los empleados (11), aprendizaje (9), gestión de procesos (15)- se valoraron por los responsables de calidad en una escala de 1- no implantado (0%) a 7- implantado al 100% y valoraron los resultados percibidos -satisfacción de los clientes (7), satisfacción de los empleados (9), impacto social (8), resultados clave (11)- respondiendo a las cuestiones planteadas en una escala que va del 1- totalmente en desacuerdo a 7- totalmente de acuerdo (ver anexo 1).

Con la finalidad de analizar la fiabilidad⁹ de las escalas de medida con la que hemos medido tanto los factores críticos como los resultados hemos aplicado el análisis factorial exploratorio (Spss v.17), lo que permite evaluar si las escalas propuestas miden el constructo de una manera consistente y estable, así como si están libres de errores sistemáticos y aleatorios.

Mediante el análisis de la correlación ítem-total en las escalas de medida, comprobamos que existen ítems en algunas de las escalas, con una correlación ítem-total por debajo del mínimo recomendado de 0,3 (Nurosis, 1993) que fueron eliminados, con lo que se mejora el alfa de Cronbach de las correspondientes escalas de medida. Después de la depuración de las escalas, el coeficiente Alpha de Cronbach alcanza en todos los casos valores

Tabla 5: Análisis fiabilidad de las escalas de medida de los factores críticos Balnearios españoles

ÍTEM	CORRELACIÓN ÍTEM-TOTAL		COEFICIENTE α DE CRONBRACH	ÍTEMS ELIMINADOS
ESCALA LIDERAZGO				
LI1, LI2, LI3, LI4, LI5, LI6, LI7, LI8	Corre. Ítem-total >0,3		$\alpha = 0,934$ α estandarizado = 0,937	No se elimina ningún ítem
ESCALA POLÍTICA/PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD				
PO1,PO2, PO3, PO4, PO5, PO6, PO7	Corre. Ítem-total >0,3		$\alpha = 0,944$ α estandarizado = 0,948	No se elimina ningún ítem
ESCALA ALIANZAS Y RECURSOS				
AL1, AL2, AL3, AL4, AL5, AL6, AL7	Corre. Ítem-total >0,3		$\alpha = 0,898$ α estandarizado = 0,912	No se elimina ningún ítem
ESCALA GESTIÓN DE LOS EMPLEADOS				
GEM1, GEM2, GEM3, GEM4, GEM5, GEM6, GEM7, GEM8, GEM9, GEM10, GEM11	Corre. Ítem-total >0,3		$\alpha = 0,925$ α estandarizado = 0,938	No se elimina ningún ítem
ESCALA APRENDIZAJE				
AP1, AP2, AP3, AP4, AP5, AP6, AP7, AP8, AP9	Corre. Ítem-total >0,3		$\alpha = 0,944$ α estandarizado = 0,945	No se elimina ningún ítem
ESCALA GESTIÓN DE LOS PROCESOS				
GP1, GP2, GP3, GP4, GP5, GP6, GP7, GP8, GP9, GP10, GP11, GP12, GP13, GP14, GP15	Corre. Ítem-total >0,3		$\alpha = 0,923$ α estandarizado = 0,938	No se elimina ningún ítem
ESCALA RESULTADOS/SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES				
RSC1, RSC2, RSC3, RSC4, RSC5, RSC6, RSC7	Corre. Ítem-total >0,3		$\alpha = 0,852$ α estandarizado = 0,860	No se elimina ningún ítem
ESCALA RESULTADOS/SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADOS				
RSE1, RSE2, RES3, RSE6, RSE7, RSE8, RSE9	Corre. Ítem-total >0,3		$\alpha = 0,919$ α estandarizado = 0,925	Se elimina RSE4, RSE5,
RSE4	0,009	Eliminado		
RSE5	-0,124	Eliminado		
ESCALA RESULTADOS/IMPACTO SOCIAL				
RSS1, RSS2, RSS4, RSS3, RSS5, RSS6, RSS7, RSS8	Corre. Ítem-total >0,3		$\alpha = 0,918$ α estandarizado = 0,915	No se elimina ningún ítem
ESCALA RESULTADOS CLAVE				
RC1, RC2, RC3, RC4, RC5, RC8, RC9, RC10, RC11	Corre. Ítem-total >0,3		$\alpha = 0,917$ α estandarizado = 0,926	Se elimina RC6 y RC7
RC6	0,108	Eliminado		
RC7	-0,091	Eliminado		

superiores al nivel mínimo exigido, 0,7 (Nunnally, 1979), e incluso la mayoría superan al 0,8 recomendado por determinados autores para estudios confirmatorios (Luque, 2000).

4. Análisis de datos

4.1. Factores críticos

El análisis descriptivo realizado con el propósito de cumplir con el objetivo de analizar el nivel de

implementación de la Gestión de la Calidad de los balnearios españoles nos va a permitir detectar una serie de puntos fuertes y áreas de mejora de los mismos sobre su Gestión de la Calidad.

Se observa que la Gestión de los procesos (GP) es el factor mejor gestionado con una media de 5,71, seguido de Política de calidad/planificación de la calidad (PO) con una media de 5,68, y Alianzas y recursos (AL) con 5,67. La Gestión de los empleados (GEM) con una media de 5,45 y Aprendizaje (AP) con 5,49 son los que presentan una puntuación

Tabla 6: Correlación de Pearson entre los elementos de la calidad y los resultados

		Liderazgo	Política/ planificación	Alianzas y recursos	Gestión empleados	Aprendizaje	Gestión procesos
Satisfacción clientes	r	0,660	0,647	0,702	0,579	0,598	0,755
	Sig.	0,000	0,000	0,000	0,001	0,001	0,000
Satisfacción empleados	r	0,782	0,801	0,770	0,771	0,813	0,772
	Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Impacto social	r	0,808	0,686	0,637	0,758	0,684	0,631
	Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Resultados clave	r	0,705	0,622	0,672	0,654	0,730	0,769
	Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

r = correlación de Pearson; la correlación es significativa al 0,01

inferior. El patrón de implantación presenta una puntuación importante teniendo en cuenta la escala utilizada, siendo el nivel de implantación superior al 77% en todos los factores críticos analizados (tabla 4).

En lo que respecta a los Resultados, el que presenta una puntuación media más alta es la Satisfacción de los clientes (RSC), alcanzando una media de 6,31, y siendo el peor valorado los Resultados clave (RC) si bien con una puntuación media (4,68) superior al nivel medio de la escala likert planteada (7 puntos), dato a analizar con sumo cuidado dada la actual coyuntura socio-económica que nos está tocando vivir.

Antes de proseguir con el análisis de los factores críticos y resultados por separado analizamos las correlaciones existentes entre los factores críticos y los diferentes resultados (resultados/satisfacción de los clientes, resultados/satisfacción de los empleados, resultados impacto social y resultados clave). Para ello analizamos la matriz de correlaciones (tabla 5).

Observamos que en todos los casos existe correlación lo que significa que un buen liderazgo, una buena planificación de la calidad, la gestión de los proveedores y de los empleados, así como la gestión de los procesos y las políticas de aprendizaje del personal tendrán efectos positivos en los resultados.

En resumen queda demostrado que los elementos de la calidad están relacionados y la forma de gestionarlos puede influir positivamente en los resultados sobre los clientes, empleados, la sociedad y los resultados clave.

Prosiguiendo con el análisis, se analizó cada uno de los ítems (ver anexo) que forman cada uno los criterios y resultados de la calidad, de cara a profundizar más en la investigación con el objetivo de ver cuáles son los puntos fuertes y débiles en cada uno de los factores críticos de cara a mejorar.

En su globalidad el criterio gestión de procesos, es uno de los puntos fuertes detectados con una valoración media global de 5,71, y con un porcentaje de implantación del 81,58%. Sus puntos fuertes son que los balnearios realizan un control y mejora continua de los procesos clave y apoyan las actividades que mejoran la satisfacción de sus clientes. No obstante algunas de las cuestiones relativas a la gestión de procesos que a pesar de sus altas puntuaciones podrían ser mejoradas son implantar o mejorar el programa para encontrar las pérdidas de tiempo y costes en todos los procesos e implantar estructuras organizativas específicas (Comité de calidad, equipos de trabajo) para apoyar la mejora de la calidad.

El criterio política/planificación de la calidad es el segundo criterio mejor valorado con un 5,68 de media y con un porcentaje de implantación del 81,28%. Sus fortalezas son el despliegue por parte de la dirección de una política de establecimiento de objetivos realistas para todo su personal que les implica en los planes de la empresa, y la evaluación de los resultados realizando una comparación con los planificados, con el objetivo de establecer mejoras. El aspecto más débil y que habría que mejorar es la necesidad de que la dirección comunique su estrategia y objetivos tanto a sus clientes, proveedores y otros agentes externos con el propósito de buscar sinergias.

El tercer criterio mejor valorado de forma global con un 5,67 es alianzas y recursos y con un porcentaje de implantación del 81,07%. Algunas de las cuestiones relativas a las alianzas y recursos que podrían ser mejoradas son el fomentar una relación más estrecha de trabajo con los proveedores y proporcionar a estos los requisitos de calidad de los servicios. Todo ello a pesar de sus altas puntuaciones en tres factores: se formula un plan de gestión sobre edificios, equipos y otros materiales (forma de utilización, mantenimiento, seguros, renovaciones etc.) para mejorar el rendi-

Gráfico 1: Resultados del criterio liderazgo

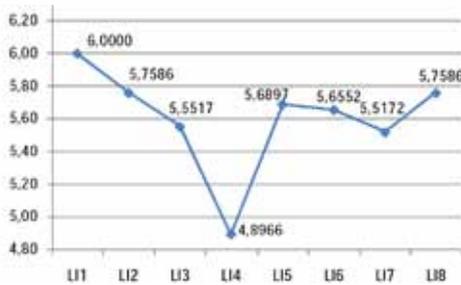


Gráfico 2: Resultados del criterio política de calidad/planificación

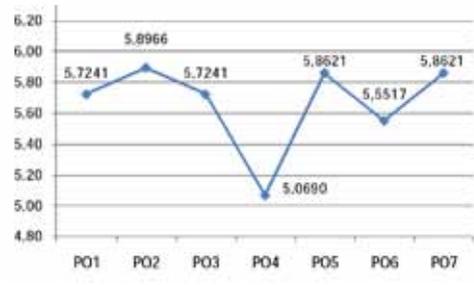


Gráfico 3: Resultados del criterio alianzas y recursos



Gráfico 4: Resultados del criterio gestión de empleados

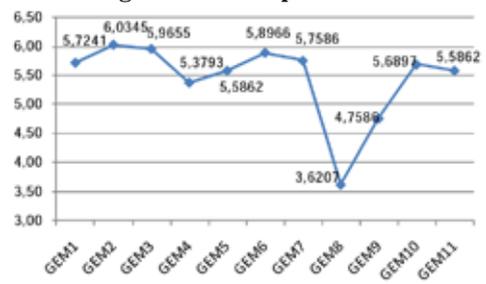
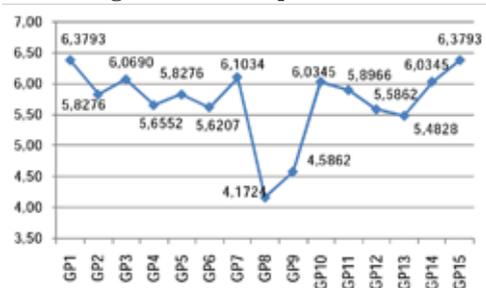


Gráfico 5: Resultados del criterio aprendizaje



Gráfico 6: Resultados del criterio gestión de los procesos



miento total de la organización; se asignan y se utilizan adecuadamente los recursos económicos y financieros de forma que se garantice el éxito de la estrategia; se recoge y se gestiona toda la información importante y el conocimiento generado resultando dicha información fiable y fácil de utilizar por el personal correspondiente.

El criterio relativo al liderazgo ha sido valorado de forma media y global con un 5,60, siendo el cuarto criterio mejor valorado por detrás de alianzas y recursos y su nivel de implantación es del 80,05%. Sus puntos fuertes son que la alta dirección dirige activamente el programa de calidad y revisa la eficacia del mismo, comunicando activamente su

compromiso con la calidad a los empleados. No obstante algunas de las cuestiones relativas a la gestión de procesos que a pesar de sus altas puntuaciones podrían ser mejoradas son que los administradores o supervisores deberían permitir una mayor autonomía de decisión en los empleados y deberían aumentarse los contactos con los clientes y proveedores con el objetivo de fomentar las acciones de mejora conjuntas.

La valoración media global del aprendizaje ha sido de 5,49, siendo el segundo criterio peor valorado, su nivel de implantación del 78,49%. Aunque la mayoría de empleados de esta organización entienden los procesos básicos utilizados para

Gráfico 7: Satisfacción de los clientes

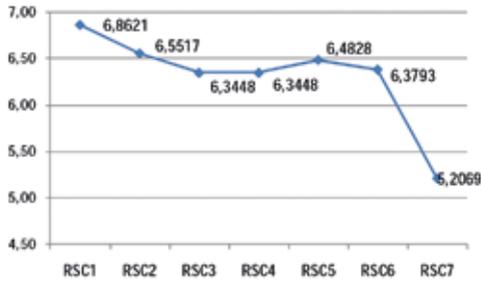


Gráfico 8: Satisfacción de los empleados

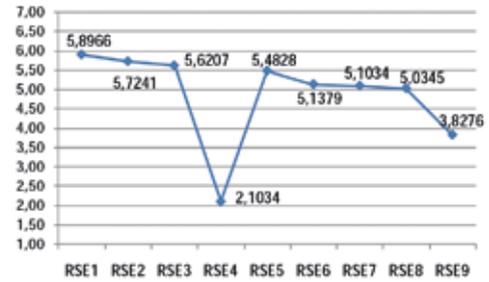


Gráfico 9: Impacto social

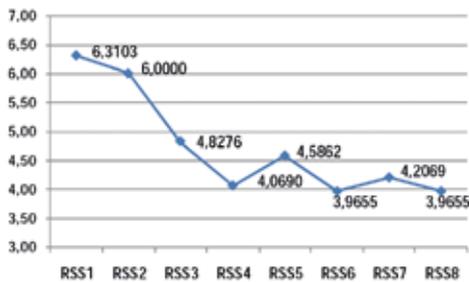
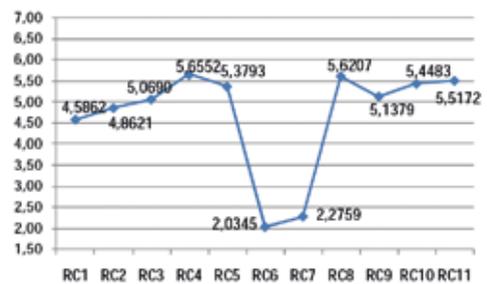


Gráfico 10: Resultados clave



crear sus productos/servicios y poseen suficiente conocimiento sobre los aspectos básicos del sector, sin embargo, deberían recibir formación en herramientas estadísticas básicas así como para el desarrollo del trabajo en equipo.

El criterio gestión de los empleados es el criterio peor valorado con un 5,45 de media, siendo su nivel de implantación del 77,92%. Aunque se forma a la dirección y a los empleados en los principios de la calidad y se ajusta la experiencia y la formación de las personas a las necesidades actuales y futuras o en su caso, se desarrollan planes de formación específicos, encontramos que las empresas no cuentan con sistemas para medir el rendimiento de los empleados para así poder reconocer el mismo con el objetivo de motivar y mejorar el resultado de su trabajo, tampoco tienen sistemas de beneficios sociales como guarderías, planes de pensiones, etc.

En los gráficos que presentamos a continuación analizamos cada uno de los resultados por separado, con sus respectivos ítems (ver anexo).

En general, la satisfacción de los clientes es uno de los puntos fuertes detectados con una valoración media de 6,31 no obstante algunas de las cuestiones relativas a la satisfacción en los clientes podrían ser mejoradas, sobre todo el aspecto relativo al hecho de que los balnearios deberían comparar estos resultados con los de los principales competidores para determinar si es favorable tal comparativa o, en su defecto, aprender de ellos,

establecer objetivos en este contexto y tratar de alcanzarlos, además es necesario poner en marcha un mecanismo para escuchar y resolver quejas de los clientes. Sus puntos fuertes son que la empresa recoge información de sus clientes para medir su satisfacción, mediante encuestas, reclamaciones etc., y la satisfacción del cliente muestra mejoras con el paso del tiempo.

La valoración media global de los resultados en los empleados es de 4,85, lo que los convierte en el segundo resultado mejor valorado. Sus fortalezas son que la empresa recoge información pertinente de los empleados para medir su satisfacción (encuestas, reuniones, motivación, formación, promoción, etc.) y se evalúan indicadores indirectos de satisfacción como el nivel de absentismo, quejas, implicación en programas de mejora, rotación de personal, etc. El área de mejora sería el aspecto relativo a comparar estos resultados en los clientes con los de los principales competidores siendo favorable tal comparativa o, en su defecto, aprender de ellos y analizar las causas de estos resultados en las empleados y e implantar planes o acciones de mejora.

El criterio relativo al impacto social ha sido valorado de forma media y global con un 4,74, siendo el tercer criterio mejor valorado por detrás de los resultados de los empleados. De las puntuaciones individuales obtenidas de cada uno de los ítems se observa que las áreas a mejorar en este

Tabla 7: Importancia de los factores críticos según las certificaciones que posean

Factor crítico		Certificaciones	Media (de 1 a 7)	Desviación típica
GP	Gestión de los procesos	Certificadas Q	5,4035	0,87135
		Certificadas Q más: ISO 9000 ó ISO 14000	6,2933	0,55972

Tabla 8: Importancia de los factores críticos según periodo de apertura

Factor crítico		Apertura	Media (de 1 a 7)	Desviación típica
GP	Gestión de los procesos	Todo el año	6,1056	0,73935
		Cierre temporal	5,4314	0,88258

criterio serían comparar estos resultados con los de los principales competidores siendo favorable tal comparativa o, en su defecto, aprender de ellos y establecer objetivos en este contexto. Su principal punto fuerte es que se desarrollan políticas para reducir y prevenir riesgos para la salud y seguridad.

El criterio resultados clave es el criterio peor valorado con un 4,68, siendo necesario la mejora de los resultados financieros.

Prosiguiendo con el análisis se planteó la prueba estadística T-student, que nos permite comparar la media de dos grupos simultáneamente, con el propósito de comprobar si existen diferencias en el nivel de implantación de cada uno de los factores críticos y resultados dependiendo del tamaño de los balnearios. Para ello utilizamos criterios diferentes: en función del número de empleados (0-49, pequeña; 50-249, mediana) y en función del número de habitaciones (≤ 100 hab., pequeña; > 100 y ≤ 300 hab., mediana), en función de las certificaciones que poseen (balnearios certificados únicamente en la "Q de Calidad Turística" o tienen implantado y certificado a mayores algún otro Sistema de Gestión de la Calidad como la ISO 9000 ó la ISO 14000 - Sistema de Gestión Medioambiental), en función de la antigüedad en la certificación "Q de Calidad" (> 3 años; ≤ 3 años), y de su periodo de apertura (anual o cierre temporal).

Los resultados muestran que no existen diferencias significativas en relación al tamaño y la antigüedad en la certificación. Sin embargo se encontraron en relación a las certificaciones y el periodo de apertura añadir (tabla 7,8), en la Gestión de los procesos (sig. 0,007, certificaciones y sig. 0,040, periodo de apertura).

Los Balnearios que poseen alguna certificación a mayores de la "Q de Calidad" presentan mayores niveles de implantación de la gestión de los procesos (6,29) frente al 5,40 en balnearios solo certificados con la Q de Calidad y los balnearios con periodo de apertura anual presentan mayores niveles de implantación de la gestión de los procesos, 6,10 de

media frente al 5,43 de los que realizan un cierre temporal en su actividad anual.

Conclusiones

En este trabajo de investigación hemos realizado un diagnóstico detallado del grado de implantación de la Gestión de la Calidad en los balnearios españoles, lo que nos ha permitido observar con qué factores críticos de la calidad se han implicado más los directivos y empleados de los establecimientos termales y algo que consideramos muy importante, ¿cuál es su percepción de la mejora de los resultados?

Las principales conclusiones obtenidas del análisis empírico realizado son:

- La gestión de los procesos y la política/planificación de la calidad configuran los puntos fuertes detectados en los balnearios españoles. Los resultados demuestran que en los balnearios analizados la dirección está altamente implicada en el proceso de implantación de la Q de Calidad Turística, dirigiéndolo y revisando su eficacia. Asimismo, los administradores se encargan de comunicar activamente su compromiso de calidad a los empleados y animan a éstos a que ayuden a implantar los cambios necesarios en la organización, reconociendo los esfuerzos y los logros alcanzados por sus empleados.
- La gestión de los empleados y el aprendizaje, son los criterios con un nivel de implantación inferior, y por lo tanto, constituyen las principales áreas de mejora, aunque destacamos la adecuada y correcta gestión de los recursos humanos en línea con la estrategia de los balnearios. Por otro lado se fomenta la formación tanto de la dirección como de los empleados en temas de calidad, así como en la mejora de sus destrezas para la resolución de problemas, ajustando los

planes de formación a las necesidades actuales y futuras, y planteando planes de formación específicos.

- En lo referente a su percepción de la mejora de los resultados, estos sí manifiestan que la calidad ha influido en un aspecto de vital importancia para ellos como es la satisfacción de los clientes. Por otro lado, hemos detectado una baja preocupación por los aspectos sociales.
- Los factores críticos de la calidad están relacionados con los resultados, lo que significa que un buen liderazgo, una buena planificación de la calidad, la gestión de los proveedores y de los empleados, así como la gestión de los procesos y las políticas de aprendizaje del personal tendrán efectos positivos en los resultados. Así, la forma de gestionarlos puede influir positivamente en los resultados sobre los clientes, empleados, la sociedad y los resultados clave.

Los resultados de este trabajo tienen importantes implicaciones para los directivos de los balnearios, ya que proporciona los puntos fuertes y áreas de mejora en el ámbito de la calidad, detectándose la necesidad de mejora en determinados aspectos relacionados con la gestión de los empleados y el aprendizaje, lo que constituyen las principales áreas de mejora. Proponemos las siguientes acciones de mejora a llevar a cabo por los gerentes y personal implicado como primeras líneas de actuación en su avance hacia la calidad total.

La Dirección debe:

- Implementar los mecanismos necesarios para alentar y permitir que los empleados tomen sus propias decisiones;
- implementar los mecanismos que permitan comunicar su estrategia y objetivos a los clientes, proveedores y otros agentes externos para que los conozcan. Así como, establecer una relación más estrecha con los proveedores;
- realizar una gestión de las alianzas y recursos más acordes con las estrategias fijadas;
- establecer un sistema transparente para recompensar los logros y las mejoras del personal, así como algún sistema de beneficios sociales;
- medir el rendimiento de los empleados, y su reconocimiento, así como, tener en cuenta las opiniones de los mismos con la finalidad de introducir mejoras;
- poner en marcha planes de formación encaminados a formar a los empleados en las herramientas básicas de resolución de problemas y en el trabajo en equipo;

- implementar programas encaminados a detectar las pérdidas de tiempo y costes en todos los procesos;
- realizar estudios de mercado para conocer las necesidades actuales y futuras de los clientes y como consecuencia es introducir mejoras en todos sus productos, servicios y procesos.

Esta investigación presenta algunas limitaciones. La primera viene derivada de la concreción del estudio y de las características específicas del sector objeto de estudio, la generalización de las conclusiones del mismo deben ser analizadas con cautela y siempre a partir de un análisis previo de las características del sector que se desea estudiar.

Por otro lado, los datos fueron obtenidos de las percepciones de los gestores de calidad, lo que implica el riesgo de recibir respuestas sesgadas por una persona involucrada, y por consiguiente, interesado, en los procesos que se trata de valorar de la forma más objetiva posible. Por ello, pensamos que sería importante realizar el mismo estudio contando con la respuesta no sólo del responsable de calidad sino de los diferentes recursos humanos pertenecientes a la empresa, lo que aportaría puntos de vista diferentes. Una tercera limitación, está relacionada con el corte transversal del mismo, ya que este trabajo ha analizado la relación en un momento puntual en el tiempo.

Finalmente, en cuanto a las propuestas de investigación futuras, van encaminadas a ampliar la dimensión del estudio: nos planteamos llevar a cabo investigaciones futuras que nos permitan analizar cada uno de los factores críticos con mayor profundidad.

Bibliografía

- Ahire, S.L.; Golhar, D.Y.; Waller, M.A. 1996 "Development and validation of TQM implementation constructs". *Decision Sciences*, 27(1): 23-56.
- Akbaba, A. 2006 "Measuring service quality in the hotel industry: a study in a business hotel in Turkey". *International Journal of Hospitality Management*, 25: 170-192.
- Alén, M.E.; Rodríguez, L. 2004 "Evaluación de la calidad percibida por los clientes de establecimientos termales a través del análisis de sus expectativas y percepciones". *Revista Galega de Economía*, 13(1-2): 1-18.
- Alonso-Almeida, M.; Rodríguez-Antón, J.M.; Rubio-Andrada, L. 2012 "Reasons for implementing certified quality systems and impact on performance: an analysis of the hotel industry". *The Service Industries Journal*, 32(6): 919-936.

- Álvarez García, J.; Del Río Rama, M.C.; Gómez Mangana, N.
- 2012 *Turismo, Formação e Inovação: Estudos e Experiências. En N. Abranja, A. Alcantara, A. Pereira, A. Marques, D. Teixeira, F. Coelho, I. Carneiro y R. Viseu (comps.)*, Gestión de la Calidad. Balnearios Españoles- ANBAL (427-444) . Porto: EdiÇoes Pedago
- Álvarez García, J.; Fraiz Brea, J.A.; del Río Rama, M.C.
- 2012a “Análisis de las motivaciones para certificar la marca “Q de Calidad Turística”. Sector de alojamiento”. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(1): 101-121.
- Álvarez García, J.; Fraiz Brea, J.A.; del Río Rama, M.C.
- 2012b “Beneficios percibidos por el sector de alojamiento turístico español de la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad”. *Revista Galega de Economía*, 21(2): 61-84.
- Álvarez García, J.; Fraiz Brea, J.A.; del Río Rama, M.C.
- 2012c “Grado de utilización de las herramientas de calidad en el sector de alojamiento turístico español”. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural- Pasos* [en línea], 10(5):495-510. Disponible en web: <http://www.pasosonline.org/Publicados/10512/PS0512_05.pdf>.
- Álvarez García, J.; Fraiz Brea, J.A.; del Río Rama, M.C.
- 2012d “Gestión de la Calidad en las Termas de La Región Centro de Portugal”. *Revista de Cultura y Turismo (Cultur)*, (4), Octubre: 86-112.
- Álvarez García, J.; Fraiz Brea, J.A.; del Río Rama, M.C.
- 2012e “Balnearios españoles. Beneficios percibidos de certificarse en la Q de Calidad Turística: Análisis empírico”. *Estudios Turísticos*, (192): 87-110.
- Álvarez García, J.; Fraiz Brea, J.A.; Del Río Rama, M.C.
- 2012f “Análisis del grado de utilización de las herramientas de calidad en los balnearios españoles”. *TMQ-Techniques, Methodologies and Quality* [en línea], (3):166-185. Disponible en web: <<http://www.apq.pt/conteudo.aspx?id=495&idcm=113&idc=494>>
- Álvarez García, J.; Fraiz Brea, J.A.; del Río Rama, M.C.
- 2013a “Análisis de las relaciones de dependencia entre los factores críticos de la calidad y los resultados. Sector de alojamiento turístico en España. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2): 74-89.
- Álvarez García, J.; Fraiz Brea, J.A.; del Río Rama, M.C.
- 2013b “Implantación de un sistema de gestión de la calidad: beneficios percibidos”. *Revista Venezolana de Gerencia*, año. 18, (63), Julio-septiembre: 379-407. Disponible en: <http://revistas.luz.edu.ve/index.php/rvg>
- Álvarez García, J.; Fraiz Brea, J.A.; del Río Rama, M.C.
- 2013c “Gestión de la Calidad en Termas de la Región de Porto y Norte de Portugal”. *Estudios y Perspectivas en Turismo* [en línea], 22(2): 314-335. Disponible en web: <<http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V22/N02/v22n2a08.doc.pdf>>.
- Álvarez García, J.; Fraiz Brea, J.A.; del Río Rama, M.C.
- 2013d “Q de Calidad Turística. Barreras a la implantación y certificación”. *Cuadernos de Turismo*, 32: 11-35.
- Amin, M.; Yahya, Z.; Ismayatim, W.F.A.; Nasharuddin, S.Z.; Kassim, E.
- 2013 “Service Quality Dimension and Customer Satisfaction: An Empirical Study in the Malaysian Hotel Industry”. *Services Marketing Quarterly*, 34(2): 115-125.
- Anderson, J.; Rungtusanatham, M.; Schroeder, R. G.; Devaraj, S.
- 1995 “A Path analytic model of a theory of Quality Management underlying the Deming Management Method: preliminary findings”. *Decisions Science*, 26(5), sep-oct.: 637-657.
- Anet/Anbal
- 2006 “Información datos del termalismo en España”. Mensaje recibido de <anet@balnearios.org> el 14 jun. 2006.
- Antony, J.; Leung, K.; Knowless, G.
- 2002 “Critical Success Factors of TQM Implementation in Hong Kong Industries”. *International Journal of Quality and Reliability Management*, (19): 551-566.
- Arasli, H.
- 2002 “Diagnosing whether Northern Cyprus hotels are ready for TQM: an empirical analysis”. *Total Quality Management*, 13(3): 347-364.
- Artal Tur, A.; García Sánchez, A.; Ruiz Belijar, J.
- 2004 “El turismo de salud, características de la demanda: implicaciones y consecuencias para el tegido empresarial de la región de Murcia”, *I Jornadas de Economía del Turismo*, Mallorca.
- Azorín, J. F. M.; Cortés, E.C.; Moliner, J.P.; Guilló, J.J.T.
- 2009 “Gestión de la calidad y medioambiental y rendimiento empresarial: un análisis de los hoteles españoles”. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(2): 63-78.
- Babbie, E. 1995 *The Practice of Social Research*. Wadsworth Publishing Company.
- Black, S.; Porter, L.J.
- 1995 “An empirical model for total quality management”. *Total Quality Management*, 6(2): 149-164.
- Black, S. ; Porter, L.J. 1996 “Identification of the critical factors of TQM”. *Decision Sciences*, 27(1):1-21.
- Bonfada, P.L.B.; Bonfada, M.R.H.; Alén, E.; Gandara, J.M.G.
2011. “El turismo de salud y el uso terapéutico del agua”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20: 462-477.

- Breiter, D.; Bloomquist, P. 1998 "TQM in American Hotels". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 1(39): 26-33.
- Calvo De Mora, A.; Criado Garcia-Legaz, F.; Pizarro Moreno, M.I.
- 2003 "Situación y Perspectiva para el Siglo XXI de la Investigación Empírica en el Ámbito de la Gestión y Mejora de la Calidad". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 12(1): 43-68.
- Camisón, C.
- 1996 "Total Quality Management in hospitality: an application of the EFQM model". *Tourism Management*, 17(3), mayo: 191-201.
- Camisón, C.; Cruz, S.; González, T.
- 2007 *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques y sistemas*. Madrid: Pearson Prentice Hall. Madrid.
- Casadesús, M.; Marimon, F.; Alonso, M.
- 2010 "The future of standardised quality management in tourism: evidence from the Spanish tourist sector". *The Service Industries Journal*, 30(14): 2457-2474.
- Claver, E.; Tarí, J.J.; Molina, J.F.
- 2003 "Critical factors and results of quality management: An empirical study". *Total Quality Management*, 14(1): 91-118.
- Claver, E.; Llopis, J.; Tarí, J. J.
- 1999 *Calidad y dirección de empresas*. Civitas, Madrid.
- Claver, E.; Tarí, J.J.; Pereira, J.
- 2006 "Does quality impact on hotel performance?". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4): 350-358
- Conca, F.J.; Llopis, J.; Tarí, J.J.
- 2004 "Development of a measure to assess quality management in certified firms". *European Journal of Operational Research*, 156(3): 683-697.
- Consejería De Turismo, Comercio y Deporte
- 2012 *Dossier sobre calidad turística*. Sevilla: Servicio de Información, Documentación, Estudios y Publicaciones, Centro de Documentación y Publicaciones. Actualizado a 18/04/2012. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercio-ydeporte/documentacion/143346443.pdf>
- Cortés, E. C.; Moliner, J. P.; Guilló, J. J. T.; Azorín, J. F. M.
- 2012 "La relación entre la gestión de la calidad y el rendimiento empresarial en el sector hotelero". *Papers de Turisme*, (40): 31-47.
- Crosby, P.B.
- 1979 *Quality is Free. The Art of Making Quality Certain*. New York, McGraw-Hill. Edición española: *La Calidad no Cuesta. El Arte de Cerciorarse de la Calidad*. CECSA, México 1987.
- Del Río Rama, M.C.; Álvarez García, J.; Vila Alonso, M.
- 2013 "Reasons which lead the rural accommodation sector to become certified with "Q for Tourist Quality". *Global Business Perspectives, Glob Bus Perspect* DOI 10.1007/s40196-013-0024-5 <http://www.springer.com/home?SGWID=0-0-1003-0-0&aqId=2564881&download=1&checkval=54e26c643c7ac08024010577809532e2>
- Del Río Rama, M.C.; Álvarez García, J.; Vila Alonso, Mercedes; Fraiz Brea, J.A.
- 2013 "Alojamiento rural. Barreras a la implantación y certificación de la Q de Calidad Turística". *Revista de Análisis Turístico*, 15(1º semestre):13-24.
- Deming, W.E.
- 1982 *Out of the Crisis. Auality, Productivity and Competitive Position*. MIT, Cambridge. Edición Española: *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Díaz de Santos, Madrid, 1989.
- Dick, G.; Heras-Saizarbitoria, I.; Tarí, J.J.
- 2013 "Benefits of Quality Certification in Hotels: The Impact of Motives and the Usage of Quality Tools". *Working Paper No. 272, Kent Business School*, pp. 1-20. Disponible en: <http://www.kent.ac.uk/kbs/documents/res/working-papers/2013/Updated%20KBS%20WP-quality%20hotel%20V2b%20Web.pdf>
- Easton, G.; Jarrell, S.
- 1998 "The Effects of Total Quality Management on Corporate Performance: An Empirical Investigation". *Journal of Business*, 71(2): 253-307.
- EFQM
- 1999 *EFQM Model for Business Excellence: Company Guidelines*. European Foundation for Quality
- Ekinci, Y.; Riley, M.; Fife-Schaw, C.
- 1998 "Which school of thought? The dimensions of resort hotel quality". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(2): 63-67.
- Ekinci, Y.; Riley, M.
- 1999 "Measuring hotel quality: back to basis". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(6): 287-293.
- Ekinci, Y.; Riley, M.
- 2001 "Validating Quality Dimensions". *Annals of Tourism Research*, 28(1): 202-223.
- Feigenbaum, A.V
- 1991 *Total Quality Control*. 3rd edition, McGraw-Hill, New York, NY.
- Flynn, B.F.; Schroeder, R.C.; Sakakibara, S.
- 1994 "A framework for quality management research and an associated measurement instrument". *Journal of Operations Management*, 11: 339-366.
- Fraiz Brea, J.A.; Álvarez García; del Río Rama, M.C.
- 2012 "Motivaciones para implementar un Sistema de Gestión de la Calidad. Análisis empírico en el sector de alojamiento turístico". *Revista de Cultura y Turismo (Cultur)*, (1-fev): 40-68.
- George, D. ; Mallery, P.
- 1995 *SPSS/PC +Step by Step: A simple Guide and Reference*. Ed. Wardsworth Publishing Company.
- Global Spa Summit Llc
- 2011 *Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do Spas Fit?*. New York: Global Spa Summit. (http://www.leadingspasofcanada.com/files/file/Business%20Tools/spas_wellness_medical_tourism_report_final.pdf)
- Goodrich, J.N.
- 1993 "Socialist Cuba: A study of health tourism". *Journal of Travel Research*, 32(1): 36-41.

- Grandzol, J.R.; Gershon, M.
1998 "A survey instrument for standardizing TQM modeling research". *International Journal of Quality Science*, 3(1): 80-105.
- Hardie, N.
1998 "The effects of quality on business performance". *Quality Management Journal*, 5(3): 65-83.
- Harrington, D.; Akehurst, G.
1996 "Service quality and business performance in the UK hotel industry". *International Journal of Hospitality Management*, 15(3): 283-298.
- Ishikawa, K.
1985 *What's Total Quality Control of The Japanese Way*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Juran, J.M.
1988 *Juran on Planning for Quality*. The Free Press, Nueva York. Edición española: *Juran y la planificación para la Calidad*. Ediciones Díaz de Santos, Madrid, 1990.
- Kanji, G.K.
1998 "Measurement of Business Excellence". *Total Quality Management*, 9(7): 633-643.
- Kaynak, H.
2003 "The relationship between total quality management practices and their effects on firm performance". *Journal of Operations Management*, 21(4): 405-435.
- Keating, M.; Harrington, D.
2003 "The challenges of implementing quality in the Irish hotel industry". *Journal of European Industrial Training*, 27(9): 441-453.
- Lattin
1994 *The lodging and food Service industry*. The Educational Institute of the American Hotel and Motel Association. Michigan.
- Leal, A.
1997 "Gestión de Calidad Total en Empresas Españolas: Un análisis Cultural y de Rendimiento". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 6(1): 37-56.
- Lee, P.K.C.; To, W.M.; Yu, B.T.W.
2009 "The implementation and performance outcomes of ISO 9000 in service organizations: an empirical taxonomy". *International Journal of Quality & Reliability Management*, 26: 646-662.
- Lópes, P.; Henn M.R.; Alén, M.E. ; Gonçalves, J.M.
2011 "El turismo de salud y el uso terapéutico del agua". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20: 462-477.
- Luque, T.
2000 *Técnicas de Análisis de Datos e Investigación de Mercados*. Ediciones Piramide, Madrid.
- Mak, B.L.M.
2011 "ISO certification in the tour operator sector". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23:115-130.
- Manual de Calidad Turística ICTE. [Madrid]: Instituto para la Calidad Turística Española,
2009. <http://calidadturisticaahoy.es/ESP/m/34/89/Todas/Multimedia/Manual-del-Sistema-de-Calidad-Turistica-Espanola>
- Marín Vinuesa, L.M.
2009 "Enfoques de estudio y modelos de investigación sobre calidad y resultados: una revisión crítica". *Revista Cuadernos de Gestión*, 9(2): 89-110.
- Mintel International Group Ltd
2007. *Spa tourism en Travel & Tourism Analyst*, No. 9. London.
- Molina Fernández, L.M.; Lloréns Montes, F.J. ; Fuentes Fuentes, M.M.
2003 "La investigación en gestión de la calidad en España (1990-1999)". *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, (16): 5-26.
- Motwani, J.
2001 "Measuring critical factors of TQM". *Measuring Business Excellence*, 5(2): 27-30.
- Motwani, J.; Kumar, A.; Youssef, M.
1996 "Implementing quality management in the hospitality industry. Current efforts and future research directions". *Benchmarking for quality management & Technology*, 3(4): 4-16.
- Muñoz Oñate, F.
1994 *Marketing Turístico*. Editorial Centro de estudios Ramón Areces. Madrid.
- Nunnally, J.
1979 *Psychometric Theory*. McGraw-Hill, New York.
- Nurosis, M.J.
1993 *SPSS. Statistical Data Análisis*. SPSS Inc.
- Partlow, C.G. 1996 "Human-resources practices of TQM hotels". *Cornell Hotel and restaurant Administration Quarterly*, 5(37): 67-77.
- Pizam, A.; Ellis, T.
1999 "Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(7): 326-339.
- Pereira-Moliner, J.; Claver-Cortés, E.; Molina-Azorín, J. F.; Tari, J.
2012 "Quality management, environmental management and firm performance: direct and mediating effects in the hotel industry". *Journal of Cleaner Production*, 37: 82-92
- Pertusa Ortega, E.M.; Tari Guilló, J.J.; Pereira Moliner, J.; Molina Azorín, J.F.; López Gamero, M.D.
2013 "Certificación en calidad, resultados empresariales y estructura organizativa en el sector hotelero español". *Intangible Capital*, 9(1): 199-2
- Powell, T.C.
1995 "Total quality management as competitive advantage: A review and empirical study". *Strategic Management Journal*, 16(1): 15-37.
- Quazi, H.A.; Jemangin, J.; Kit, L.W.; Kian, C.L.
1998 "Critical factors in quality management and guidelines or self-assessment, the case of Singapore". *Total Quality Management*, 9(1): 35-55.

- Rao, S.S.; Raghunathan, T.S.; Solis, L.E.
1998 "The best commonly followed practices in the human resource dimension of quality management in new industrialized countries (NIC): the case of India, China, and Mexico". *International Journal of Quality & Reliability Management*, 16(3):215-226.
- Rao, S.S.; Solis, L.E.; Raghunathan, T.S.
1999 "A Framework for International Quality Management Research: Development and Validation of a Measurement Instrument". *Total Quality Management*, 10(7): 1047-1075.
- Renner, P.
1994 *Basic Hotel Front Office Procedures*. 3rd. Edition. Van Nostrand Reinhold. New York.
- Ribeiro, D.
1999 "Total Quality Management: Applying the European Model to Spains urban hotels". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, February: 54-59
- Ritchie, L.; Dale, B.G.
2000 "Self-assessment using the business excellence model: A study of practice and process". *International Journal of Production Economics*, 66(3): 241-254.
- Rodríguez-Antón, J.; Alonso-Almeida, M.
2011 "Quality certification systems and their impact on employee satisfaction in services with high levels of customer contact". *Journal of Total Quality Management and Business Excellence*, 22(1-2): 145-158.
- Rubio-Andrada, L.; Alonso-Almeida, M.M.; Rodríguez-Antón, J.
2011 "Motivations and impacts in the firm and stakeholders of quality certification: evidence from small- and médium-sized service enterprises". *Total Quality Management & Business Excellence*, 22: 833-852.
- Sánchez Pérez, M.; Sarabia Sánchez, F.J.
1999 "Validez y fiabilidad de escalas", en Sarabia, F.J. (coord.), *Metodología para la Investigación en Marketing y Administración de Empresas*, Ed. Pirámide, Madrid: 363-393.
- Santomá, R. Costa, G.
2007 "Calidad de servicio en la industria hotelera: revisión de la literatura". *Revista de Análisis Turístico*, (3): 27-44.
- Saraph, J.; Benson, G.; Schroeder, R.
1989 "An instrument for measuring the critical factors of quality management". *Decision Sciences*, 20: 810-829.
- Saunders, I.W.; Graham, M.A.
1992 "Total quality management in the hospitality industry". *Total Quality Management*, 3(3): 243-255.
- Scheaffer, R.L.; Mendenhall, W.; Ott, L.
1990 *Elementos de muestreo*. Grupo editorial Iberoamérica México, D.F.
- Serrano Bedia, A.M.; López Fernández, M. C.; Gómez López, R.
2007 "Gestión de la calidad y turismo: revisión e implicaciones para futuras investigaciones". *Cuadernos de Turismo*, julio-diciembre, (20): 251-266.
- Seth, N.; Deshmukh, S.G.; Vrat, P.
2005 "Service quality models: a review. International". *Journal of Quality and Reliability Management*, 22(9): 913-949.
- Sila, I.; Ebrahimpour, M.
2002 "An investigation of the total quality management survey based research published between 1989 and 2000". *The International Journal of Quality & Reliability Management*, 19(6-7): 902-970.
- Sousa, R.; Voss, C.A.
2002 "Quality management re-visited: a reflective review and agenda for future research". *Journal of Operations Management*, 20(1): 91-109
- Sureshchandar, G.S.; Rajendran, C.; Anantharaman, R.N.
2001 "A conceptual model for total quality management in service organizations". *Total Quality Management*, 12(3): 343-363.
- Tarí, J.J.; Pereira, J.
2012 "Calidad y rentabilidad. Análisis del certificado Q en las cadenas hoteleras". *Universia Business Review*, (34), pp.52-67.
- Tarí, J.; Claver-Cortés, E.; Pereira-Moliner, J.; Molina, J.
2009 "Is it worthwhile to be a quality certified hotel? Evidence from Spain". *International Journal of Quality & Reliability Management*, 26(9): 850-864.
- Tarí, J.J.; Claver-Cortés, E.; Pereira-Moliner, J.; Molina-Azorín, J.F.
2010 "Levels of quality and environmental management in the hotel industry: Their joint influence on firm performance". *International Journal of Hospitality Management*, 29(3): 500-51
- Tarí, J. J.; Heras-Saizarbitoria, I.; Dick, G.
2012 "Internal and external drivers for quality certification in the service industry: do they have different impacts on success?[fecha de publicación 17 Abr 2012]. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2041039> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2041039>
- Tsaur, S.H.; Lin, Y.C.
2004 "Promoting service quality in tourist hotels: the role of HRM practices and service behaviour". *Tourism Management*, (25): 471-481.
- Vallen, J.J.; Vallen, G.K. 1991 *Check-in Check-out*. Wm.C. Brown Publishers. United States of America. 4rd. Edition.
- Wilkinson, A., Redman, T., Snape, E.; Marchington, M.
1998 *Managing with Total Quality Management. Theory and Practice*. MacMillan, Nueva York, Hong Kong.
- Zhang, Z. 2000 "Quality management in China". *The TQM Magazine*, 12(2): 92-105.

Anexo

Liderazgo	
LI1	La dirección dirige activamente nuestro programa de calidad y revisa la eficacia del mismo una vez implantado
LI2	La dirección comunican activamente un compromiso de calidad a los empleados
LI3	A los empleados se les anima a que ayuden a implantar cambios en la organización
LI4	La dirección permiten a los empleados tomar sus propias decisiones
LI5	La dirección motiva a sus empleados y les ayudan a desempeñar un alto nivel en su trabajo
LI6	La dirección reconoce los esfuerzos y las mejoras alcanzadas por el personal
LI7	La dirección mantiene contactos con los clientes, proveedores y se implica con ellos en el fomento y participación de alianzas y acciones de mejora
LI8	Se identifican y se impulsan por parte de l dirección los cambios que se deben llevar a cabo para la mejora y se revisa su eficacia una vez implantados
Política/ planificación de la calidad	
PO1	Se desarrollan e implantan las estrategias y planes en base a la información sobre los requisitos de los clientes y las capacidades de la empresa
PO2	La dirección despliega la política estableciendo objetivos realistas para todo su personal (directivos y empleados)
PO3	La dirección comunica su estrategia y objetivos a todo el personal
PO4	La dirección comunica su estrategia y objetivos a los clientes, proveedores y otros agentes externos para que los conozcan
PO5	Se implica al personal en el establecimiento de los objetivos y planes
PO6	Se identifican y desarrollan procesos clave a partir de las estrategias o planes de negocio
PO7	Se evalúan los resultados realizando una comparación con los planificados, con el objetivo de introducir mejoras
Alianzas y recursos	
AL1	Existe una relación estrecha de trabajo con los proveedores
AL2	Se proporcionan a los proveedores los requisitos de calidad de los servicios
AL3	La dirección de la empresa fomenta el uso de pocos proveedores, haciendo hincapié en la calidad en lugar del precio
AL4	Se formula un plan de gestión sobre edificios, equipos y otros materiales (forma de utilización, mantenimiento, seguros, renovaciones etc.) para mejorar el rendimiento total de la organización
AL5	Se asignan y se utilizan adecuadamente los recursos económicos y financieros de forma que se garantice el éxito de la estrategia
AL6	Se recoge y se gestiona toda la información importante y el conocimiento generado resultando dicha información fiable y fácil de utilizar por el personal correspondiente
AL7	En general, se realiza una gestión de las alianzas y recursos acorde con la estrategia
Gestión de los empleados	
GEM1	Se realiza la gestión de los recursos humanos en línea con la estrategia y/o planes de negocio
GME2	Se forma a la dirección en los principios de calidad
GME3	Se forma a los empleados en los principios de calidad
GME4	Se forma a los empleados en destrezas para resolver problemas
GME5	Se forma a los empleados en el trabajo en equipo
GME6	Se ajusta la experiencia y la formación de las personas a las necesidades actuales y futuras o en su caso, se desarrollan planes de formación específicos
GME7	Se fomenta y se apoya que las personas asuman responsabilidades y tomen decisiones sin riesgo para la organización, se impliquen en actividades de mejora, trabajen en equipo, etc.
GME8	Se cuenta con un sistema transparente para recompensar los logros y las mejoras del personal, así como algún sistema de beneficios sociales (plan de pensiones, guardería...)
GME9	Se mide el rendimiento de los empleados y se reconoce con el objetivo de apoyar los programas de calidad
GME10	La comunicación entre todo el personal es ascendente, descendente y horizontal, de forma que los empleados se consideran estar bien informados y que sus opiniones se valoran.
GME11	Se introducen mejoras en la gestión de los recursos humanos a partir de encuestas de satisfacción del personal, reuniones periódicas con los empleados, análisis de rendimientos, etc.

Aprendizaje	
AP1	Los directivos y supervisores aseguran que todos los empleados reciben formación que les ayuda a entender cómo y porqué la organización actúa
AP2	La mayoría de empleados de esta empresa poseen suficiente conocimiento sobre los aspectos básicos del sector
AP3	La mayoría de empleados de esta organización entienden los procesos básicos utilizados para crear nuestros productos/servicios
AP4	Todos los empleados de la compañía reciben entrenamiento en los conceptos de calidad total
AP5	Los empleados de la empresa reciben formación de las herramientas estadísticas básicas
AP6	Los empleados reciben formación para el desarrollo del trabajo en equipo
AP7	Disponibilidad de recursos para la formación del personal dentro de la organización
AP8	La alta dirección ha establecido un ambiente que ayuda a la educación continua
AP9	Los directivos y supervisores participan en la formación especializada
Gestión de los procesos	
GP1	Control y mejora continua de los procesos clave
GP2	La prevención de productos/servicios defectuosos es una actitud fuerte en esta organización
GP3	Los procesos utilizados en esta organización incluyen medidas de calidad
GP4	Los empleados involucrados en diferentes procesos saben cómo evaluarlos
GP5	Se desarrollan nuevos productos/servicios con la intención de acceder a otros mercados, anticiparse a las necesidades del mercado actual o tratar de ser mejores que los principales competidores
GP6	Se garantiza que el desarrollo de los productos/servicios son acordes con los diseños previos y desarrollos posteriores
GP7	Se introducen mejoras en los productos/servicios como consecuencia de encuestas de satisfacción a los clientes, quejas y reclamaciones, etc.
GP8	Esta implantado un programa para encontrar las pérdidas de tiempo y costes en todos los procesos
GP9	Se realizan estudios de mercado para conocer las necesidades actuales y futuras de los clientes y como consecuencia es introducen mejoras en todos sus productos, servicios y procesos
GP10	Están implantadas estructuras organizativas específicas (Comité de calidad, equipos de trabajo) para apoyar la mejora de la calidad
GP11	Se identifican las áreas de mejora
GP12	Se gestiona la información para apoyar la mejora de la calidad (análisis de información del negocio, costes y aspectos financieros para apoyar el desarrollo de prioridades de mejora)
GP13	Incremento de los contactos personales directos de la organización con los clientes
GP14	Utilización de los requisitos de los clientes como base para la calidad
GP15	Los directivos y supervisores apoyan las actividades que mejoran la satisfacción de los clientes
Resultados/satisfacción de los clientes	
RSC1	La empresa se preocupa de recoger información de sus clientes para medir su satisfacción, mediante encuestas, reclamaciones etc
RSC2	La satisfacción del cliente muestra mejoras con el paso del tiempo
RSC3	Se ha puesto en marcha un mecanismo para escuchar y resolver quejas de los clientes
RSC4	Se establecen objetivos en este contexto y los resultados en los clientes alcanzados cumplen los objetivos marcados
RSC5	Se analizan las causas de estos resultados en los cliente y se implantan planes o acciones de mejora
RSC6	Abarcan todos estos resultados en los clientes a las áreas más relevantes de la organización
RSC7	Se comparan estos resultados en los clientes con los de los principales competidores siendo favorable tal comparativa o, en su defectos, aprendemos de ellos

Resultados/satisfacción de los empleados	
RSE1	La empresa recoge información pertinente de los empleados para medir su satisfacción (encuestas, reuniones, motivación, formación, promoción, etc.)
RSE2	Se evalúan otros indicadores indirectos de satisfacción como el nivel de absentismo, quejas, implicación en programas de mejora, rotación de personal, etc.
RSE3	La satisfacción de los empleados muestra mejora con el paso del tiempo
RSE4	El absentismo es alto
RSE5	La rotación de personal es baja
RSE6	Se establecen objetivos en este contexto y los resultados alcanzados cumplen con los objetivos marcados por la organización
RSE7	Se analizan las causas de estos resultados en los empleados y se implantan planes o acciones de mejora
RSE8	Abarcan todos estos resultados en los empleados a las áreas más relevantes de la organización
RSE9	Se comparan estos resultados en los empleados con los de los principales competidores siendo favorable tal comparativa o, en su defectos, aprendemos de ellos
Resultado impacto social	
RSS1	Se desarrollan políticas para reducir y prevenir riesgos para la salud y seguridad
RSS2	Se desarrollan políticas de protección del medioambiente
RSS3	La empresa participa en muchas actividades de la comunidad
RSS4	Se evalúa la sensación que la comunidad tiene mediante encuestas, reuniones autoridades etc.
RSS5	La resultados en la sociedad muestran mejoras con el paso del tiempo
RSS6	Se establecen objetivos en este contexto y los resultados alcanzados cumplen con los objetivos marcados por la organización
RSS7	Se analizan las causas de estos resultados sociales y se implantan planes o acciones de mejora
RSS8	Se comparan estos resultados impacto social con los de los principales competidores siendo favorable tal comparativa o, en su defecto, aprendemos de ellos
Resultados clave	
RC1	Nuestros resultados financieros han sido excelentes
RC2	Nuestro programa de calidad ha incrementado nuestros ingresos
RC3	Nuestro programa de calidad ha incrementado nuestra productividad
RC4	Nuestro programa de calidad ha mejorado nuestra posición competitiva
RC5	Nuestro programa de calidad ha mejorado nuestro desempeño en su conjunto
RC6	Nuestro programa de calidad ha tenido un impacto negativo en nuestra rentabilidad
RC7	Podríamos haber tenido mejores resultados sin un programa de calidad
RC8	Se evalúan los resultados clave tanto económicos como no económicos, así como financieros y no financieros
RC9	Se establecen objetivos en este contexto y los resultados clave alcanzados cumplen con los mismos
RC10	Se analizan las causas de estos resultados clave y se implantan planes o acciones de mejora
RC11	Abarcan todos estos resultados clave a las áreas más relevantes de la organización

Notas

- ¹ Una relación más extensa de los beneficios derivados de la implantación/certificación de las normas ISO 9000 pueden consultarse en Camisón et al., 2007:772.
- ² Cifras del sector termal en España publicadas por ANBAL (www.balnearios.org) año 2010: estaciones termales en funcionamiento 119, número de plazas de alojamiento propias 19.250, volumen de negocio 283 millones de euros, puestos de trabajo 5.600, clientes 1.010.000 aprox., pernoctaciones 4.455.000 aprox. (según datos encuesta Familitur publicada por el Instituto de Estudios Turísticos-IET en el primer trimestre

de 2012, el 1,1% de las pernoctaciones de turistas nacionales que tuvieron lugar el pasado año fue en la tipología del Turismo de Salud, casi siete millones de pernoctaciones anuales).

- ³ En los establecimientos termales existen dos instalaciones y servicios diferenciados, por un lado el balneario donde se presta el tratamiento termal y por otro, el hotel donde se aloja el termalista. Por ello, en nuestro estudio hemos tenido en cuenta ambos servicios y la obtención por parte del establecimiento termal de la marca Q de Calidad Turística en cada una de las instalaciones; UNE 186001:2009-balnearios y norma

UNE 182001:2008 Hoteles y Apartamentos Turísticos.

- ⁴ También se pueden tener en cuenta los trabajos de Seth et al. (2005) que se encargaron de recopilar y estudiar varios modelos para medir la calidad de servicio e identificaron posibles líneas de investigación, por su parte Ekinci y Riley (1999, 2001); Akbaba (2006) y Pizam y Ellis (1999) realizaron lo mismo pero centrados en la industria hotelera. Así, Ekinci et al. (1998) se centró en los puntos de partida de calidad de servicio, Akbaba (2006) en el estudio de los atributos de calidad de servicio en hoteles y Pizam y Ellis, (1999) focalizaron su investigación en la técnica utilizada en las investigaciones.
- ⁵ Organismo de gestión español, privado, independiente y sin ánimo de lucro que promueve el Sistema de Gestión de la Calidad Español y es responsable de su ejecución, de la integridad y difusión. Sus funciones básicas son: la normalización, implantación, certificación y promoción de la Marca Q de Calidad Turística.
- ⁶ La clasificación en microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas se ha realizado en base al criterio del número de trabajadores según la recomendación de la Comisión de las Comunidades Europeas 96/280/CE, de 3 de abril de 1996, sobre la definición de pequeñas y medianas empresas (Diario Oficial n.º L107 de 30/04/1996, pp. 4-9).
- ⁷ El tamaño del hotel puede medirse por su número de habitaciones sobre huéspedes, aunque el número de investigadores que así lo hacen son pocos. En este sentido, Vallen y Vallen (1991) consideran a un hotel pequeño cuanto tiene 100 o menos habitaciones, mediano entre 100 y 300, y grande con más de 300 habitaciones. Por otra parte, investigadores como Lattin (1994), Muñoz Oñate (1994), y Renner (1994) en sus investigaciones diferencian entre pequeños, medianos y grandes, pero no delimitan el número de habitaciones que corresponden a cada grupo.
- ⁸ Scheaffer et al. (1990) y Grandzol y Gershon (1998) consideran que es mejor utilizar escalas de valores pares, ya que, tienen la ventaja de que obligan al encuestado a optar por un valor más bien bajo o más bien alto, evitando así escoger un punto medio que sí sería posible seleccionar en las escalas de valores impares. La razón de haber optado por una escala de 7 puntos es que nos interesaba medir principalmente el grado de implantación de las actividades de calidad y se deseaba un mayor margen de medida. Cada indicador se presenta como una sentencia, de forma que el encuestado debe optar por una de las siete posibilidades que reflejan los diferentes niveles de implantación.

⁹ La fiabilidad hace referencia al grado en que una medida se encuentra libre de errores aleatorios y, por tanto, proporciona resultados consistentes si se realizan mediciones repetitivas (Sánchez y Sarabia, 1999:367), es decir, evalúa si genera los mismos resultados en sucesivas aplicaciones a los mismos individuos, así como en situaciones similares (Babbie, 1995; George y Mallery, 1995).

Recibido: 03/03/2013
Reenviado: 05/11/2013
Aceptado: 20/12/2013
Sometido a evaluación por pares anónimos

Planning and sustainable development: a proposal applied to the hydrothermal complex in Caldas Novas, Brazil

Eliane Lopes Brenner*

Universidade Católica de Goiás, Goiânia (Brasil)

Gerda K. Priestley**

Universitat Autònoma de Barcelona (Espanya)

Abstract: One of the most important justifications for applying tourism planning is the danger of permitting continuous development until the point of saturation that may ultimately lead to a destination's decline. One of the essential functions of planning is therefore to provide a strategy base that allows destinations to confront change successfully. This article focuses on the elaboration of a tourism planning method based essentially on the most effective procedures identified, through an analysis of the contributions of various authors who suggest methods of proved efficiency. As a result the authors develop an original system that incorporates the positive points and avoids the weaknesses of all the proposals analysed while adapting it to the Brazilian context and applying it to a specific case study (Caldas Novas in Goias). The proposal is structured on the basis of two key priorities: a physical focus guided towards the sustainability of the environment; and a social focus that reinforces the role of the receiving community in the tourist experience. The authors conclude that, as a result, this method offers considerable guarantees of success in achieving its goals.

Key words: tourism planning, destination management, sustainable development, hydrothermal tourism, Caldas Novas, Brazil.

Planificación y desarrollo sostenible: una propuesta aplicada al complejo hidrotermal en Caldas Novas, Brasil

Resumen: Una de las razones más significativas para hacer una planificación turística es el peligro del desarrollo continuo hasta llegar a la saturación y posible declive del destino turístico. Una de las funciones esenciales de la planificación es proveer una base de estrategias que permita al destino hacer frente al cambio. El artículo trata de la elaboración y aplicación de un método de planificación turística basado esencialmente en el reconocimiento de los procedimientos más eficaces, según un análisis de las aportaciones de diferentes autores, que nos sugiere métodos de comprobada solvencia y nos abre las posibilidades para desarrollar un sistema propio que contemple los puntos positivos y evite las debilidades de todas las propuestas analizadas. Se ha estructurado nuestra propuesta, en un enfoque físico orientado hacia la sostenibilidad del medio, y en un enfoque social que refuerza el papel de la comunidad receptora en la experiencia turística. Las autoras concluyen que el resultado de ese método ofrece considerables garantías de éxito en la obtención de sus objetivos.

Palabras claves: planificación turística, gestión de destinos, desarrollo sostenible, turismo hidrotermal, Caldas Novas, Brasil.

* Profesora Adjunto I, Universidade Católica de Goiás - Goiânia, Brasil; Rua 28ª, n.705/1502 setor Aeroporto, Goiânia - Goiás - Brasil cep.74075500. E-mail: elianelb@hotmail.com

** Profesora Emérita, Departamento de Geografía, Universitat Autònoma de Barcelona, Espanya - Edifici B, Campus de la UAB, Bellaterra, 08193 Cerdanyola, Barcelona, Espanya. E-mail: gerda.priestley@uab.es

1. Introduction

Some of the most important reasons for applying planning systems in tourism are the risks that accompany continuous development that can eventually lead to saturation and even to the decline of destinations, as was clearly described in Butler's (1980) pioneer destination life cycle theory. Through adequate planning, this life cycle can be extended, even indefinitely, if change is anticipated and adequate measures are incorporated to adapt the destination to the changes that occur. Hence one of the essential objectives of a planning system should be the provision of a strategic base that makes it possible to successfully confront changes. Destinations have two options: to react when changes occur, an option that may include irreversible negative impacts; or to develop plans and instruments that evaluate the initial situation, anticipate the future and select a number of actions that take advantage of the opportunities that the area offers. Thus, although the first objective of planning is to control the negative effects of tourism, it is also the path that can ensure long-term success of tourism activity in a specific destination.

Without doubt, the overall sustainability of a destination depends on a combination of environmental, socio-cultural and economic aspects and factors. However, in the authors' opinion, too often economic factors take pre-eminence over the other two components of sustainability in planning proposals. The research project on which this article is based attempted to address and redress this situation, by parting from a geographical base that focused principally on spatial and territorial planning, the processes involved, the corresponding tools and the actions implied. Ignoring economic issues would, of course, invalidate the sustainability goals set, but these are considered at the level of implementation of all measures.

The article therefore analyses a wide range of prior contributions to planning theory and, above all, planning methods proposed by other authors in the past, mainly from a similarly geographical viewpoint and with comparable objectives, and evaluates their viability, by pointing out their key aims and – in the view of the authors – their omissions. In the light of this analysis, the authors propose a new planning methodology that aims to incorporate the strengths of each method while avoiding the weaknesses identified. The key aspects incorporated are: a global territorial perspective; environmental conservation; the role of both the public administrations and the private sector; and the social priorities of the local population. The resulting methodology is applied in a case study that focuses on the thermal tourism complex of

Caldas Novas, Brazil, in order to illustrate its feasibility.

2. Literature review: The contribution of planning theory and past experience

Many authors (Acerenza, 1992; Akehurst, 2001; Bissoli, 2000; Getz, 1987; Hall, 2001; Hernández, 1982; Jenkins, 1995; López Oliveras, 1998; Mill, Morrison, 1992; Murphy, 1985; Pearce, 1989; Vera *et al.*, 1997) stress the range of benefits derived from tourism planning and propose different elaboration procedures. Nevertheless, one recurrent element in these proposals is that success is best guaranteed where close collaboration between the tourist sector and the local administration exists, and especially when the private sector is actively involved.

As already indicated, a diversity of tourism planning methods and techniques exists, ranging from simple approaches to methods that require complex theoretical and technical knowledge. Pearce (1989) pointed out that tourism planning had traditionally been based on land use zoning codes, the development of determined areas, the regulation of building heights, types and densities, the enhancement of interesting cultural, historical and natural elements and, finally, on infrastructure provision, including roads and basic sewage. The accent was then on economic development, but more recently environmental and socio-cultural preoccupations have been incorporated into tourism planning.

In a similar vein, Getz (1987) and Hall, Jenkins (1995) have expressed the opinion that tourism planning approaches and methods will not remain constant in the future, but will evolve to satisfy new tourist demands. Getz identified four approaches: impulsionism; an economic-industrial oriented approach; physical-spatial approach; and a community approach that reinforces the role of the local destination community in the tourist experience. The different approaches are neither mutually exclusive nor necessarily sequential. Hall (2001) added a fifth approach: sustainable tourism planning, asserting that, in the private sector, the predominating trend in tourism planning is impulsionism. In Murphy's (1985) opinion, this has led to centralised planning that has excluded the receiving community from the process, in such a way that they have been unable to voice their opinions and much less exercise a minimum control of their place of residence. Nonetheless, academic discussion on tourism planning focuses on the need to integrate social and environmental considerations to the economic impulse that is at the base of tourism development.

Hall (2001) stresses that the approaches proposed by Getz (1987), Murphy (1985) and Gunn (1994) are built from normative models of tourism planning based on community participation. Hall (2001) and Akehurst (2001) quote examples of different processes applied in the development of plans and strategies in various destinations. The authors demonstrate that planning to favour a specific product is much more conditioned by local political and social circumstances than by the suitability of the product in question. To illustrate the assertion, Hall presents a study of the downtown Darling Harbour district of Sydney, where top-down planning led to the implantation of a space for consumption, leaving aside civic values. As a result, this district -that was rehabilitated as a centre for leisure activities and events- clearly reflects private interests and values. Thus, the emphasis placed on certain social and economic interests relegated other community interests, especially those of the traditional residents with low spending power. The general conclusion that can be reached is that the problem arises, not from the existence or absence of a tourism development plan, but rather from the type of tourist product that is introduced.

Akehurst's (2001) article supports an approach whereby the opinions expressed by the local community should be taken into consideration when elaborating tourism planning proposals. The specific objective of development should be the creation of tourism products that benefit the local inhabitants as well as the visitors. The example chosen to illustrate this option is the municipal development plan for the Polish city of Kalisz which includes a plan for the tourist sector. The methodology developed by the research team recognised the importance of different components and phases: audits, analysis, dialogue, commitment and feedback among the local population, visitors and investors in the tourism development process, followed by the posterior definition of goals, strategies, action plans and monitoring to evaluate the results. An important element was the role of the local community that, through elected representatives, were to accept and support the plan -which included not only the needs to be satisfied, but also when, where and how it would be implemented- and decide who would assume responsibility for its coordination, implementation, monitoring and evaluation of the actions proposed. In fact, at a less detailed and precise level, Hernández (1982) had already addressed the issue of tourism planning from an essentially economic, but also partially social, viewpoint.

Acerenza (1992) also evaluated some tourism planning models, especially the PASOLP model

that was developed by M. Baud-Bovy in 1977 and is based on the tourist product development concept. The model consists of four phases: research and analysis; tourism policy and tourist flow definition; preparation of a physical development plan; and, finally, impact analysis. The author concludes that this model is oriented towards the spatial planning of a destination rather than overall planning of tourist activity. Bissoli (2000), in her book on municipal tourism planning, develops a computer programme designed to accumulate an unusually extensive data base that is stored in a reliable manner, thus increasing the quality of procedures and enabling rapid responses in the on-going planning process. This programme can make a highly significant contribution in tourism planning where ample statistics are available or where the project includes more than one municipality. In any case, the computer technology applied in the methodology reduces the time required for analysis and facilitates data updating.

Nevertheless, it must be pointed out that such methods are not totally innovative. In fact, another relevant contribution had already been made by López Oliveras (1998), who successfully developed inventory and tourism resource analysis methods for the elaboration of plans to fit in with the tourist vocation of the corresponding study zone. He proposed the sub-division of the area on the basis of the tourist vocation of each zone, taking into account tourism potential and the relative concentration or dispersal of resources and products, arguing that the key problem is the insufficient use of this potential to achieve high quality and competitiveness. This clearly defined framework, including the delimitation of homogenous areas, makes it possible to apply integrated proposals.

For all of the authors quoted, the first element in any planning process is the definition of a target image. However, this target is seldom clearly identified at the outset beyond some general, vaguely defined characteristics. A second diagnostic stage involves the description and analysis of the existing situation, to acquire a clearly ordered, complete and accurate picture, thus identifying the current state of the tourism activity and its natural or spontaneous development. With this acquired knowledge, it is then possible to pinpoint the aspects that require alteration in order to comply with the target image and hence proceed to the following stage: the clear and detailed definition of the specific objectives and aims of the planning process. The process finally focuses on strategy determination and a more general consideration of the pattern of development of each activity in order to achieve the proposed objectives and thus move towards the "ideal situation". In the authors'

opinion, various alternative strategies must be analysed and evaluated before making the final choice, as this is a crucial stage on which the success or failure of the entire process depends.

Yet another valuable contribution is made by Mill, Morrison (1992) in their chapter on "The tourist system" and some aspects are worthy of mention. Firstly, they stress the importance of market research in order to identify the most competitive destinations or locations, strengths and weaknesses, and differentiating initiatives to convert the place in question into something unique among its competitors. Another significant contribution of this method is the classification of tourism activities, focusing on the different possible uses for resources, their power of attraction, tourist motivation and the seasonality of activities—which is a well-recognised factor in the fluctuation of demand-. Such an analysis therefore helps to identify activities that compensate trends to falling demand in the low season. The authors also develop the synthetic stage at considerable depth, understanding it to be the most important and creative part of the process. This then enables them to present a tourism plan under five separate headings: tourism development; tourism marketing; tourist industry organisation; community implication; and tourism activities and support services. Each of these five aspects is analysed from two scenarios: the current situation and the future ideal outcome. Thus, in the following stage of the process, specific objectives and tourism development strategies must be designed to bridge the gap between the two, all of which are finally included in a detailed plan, indicating the actions and measures necessary to accomplish the objectives and implement the strategies. Specific programmes are developed for each of the five aspects indicated.

Vera *et al.* (1997) also contribute useful elements to be considered in drawing up a planning methodology, by stressing the importance of taking into account the pre-existing structure of the territory, in addition to economic, socio-cultural and environmental elements. They argue that existing patterns and types of spatial organization considerably condition the results of new proposals. For these authors, this is especially important in consolidated tourism destinations, where revitalization strategies often crash head on with surviving *fordist* tourism patterns and structures. In such circumstances, there exists the risk of planning for the future without bearing in mind the presence of the obsolete urban and regional structures that mass tourism generated in the past.

All the proposals examined above have certain common elements: the planning scheme is based on

a prior process of resource analysis and diagnosis, as a basis for the establishment of aims, objectives and outcomes to be achieved through planning, and, for this purpose, specific measures and actions to be undertaken are elaborated in detail. The various authors' proposals are mutually complementary, as some outline certain stages and aspects in greater detail than others. It is, however, evident that various approaches to tourism planning have been used in the past, ranging from top-down centralised imposition to those based on the participation of the local community. However, in the opinion of the authors of this new proposal, the integration of local communities in the planning process is an essential component in order to achieve success. In particular, special attention should be given to the social perspective and local community participation mechanisms (Akehurst, 2001); the development of a method that incorporates territorial resource planning (López Oliveras, 1998; Vera *et al.*, 1997); the desegregation of strategies (Hernández, 1982); and the important implications of tourist motivation and market research (Mill, Morrison, 1992). The following section outlines the new planning method that bears these considerations in mind.

3. Proposal: A tourism planning method for sustainable development

This new tourism planning method proposal is based on the recognition of the most effective procedures, aiming to incorporate the most significant elements of all the contributions examined above, by identifying the strong points of well-tried methods and avoiding their weaknesses, thus leading to the development of a new system. It must be borne in mind that the key underlying objective is the sustainability of the natural environment, considered not only from the ethical perspective of its conservation for use by future generations, but also as a basic requisite for the survival of a form of tourism that is based on natural resources. As already indicated, the existing methods have many elements in common, but some stress certain stages in detriment—or the absence—of others. As the new proposal is outlined below, the positive contributions will be described together with the reasons for including them.

Bissoli's (2000) tourism planning methodology serves as a base to develop a logical procedure chain, beginning with the obtainment of valid information on the true situation in the place in question and finally leading to the tourism planning process. At this first stage, aims and objectives are determined; this is followed by the definition of suitable strategies to achieve these goals; and, finally,

specific short, medium and long-term proposals are formulated. This author's methodology does not, however, contemplate a stage involving the acquisition of prior knowledge about the study area. In other words, there is no definition of existing typologies, nor an analysis of the corresponding local or global trends; neither is reference made to the present tourists' motivations. Another omission occurs in the stage of analysis and diagnosis, as no procedure to measure interest on the part of the local community is contemplated. The development plan focuses exclusively on the formulation of sectorial plans, but does not propose follow-up and evaluation programmes for a posterior adjustment stage.

As various authors have pointed out –and at the risk of stating the obvious- it must be emphasized that planning in favour of one product or another is more frequently conditioned by local political and social influences than by the virtues of the product. This new proposal is based on the firm belief that the design of a sustainable tourism destination strategy can only be justified on the basis of a profound evaluation –both physical and territorial- of the present and potential tourism resources in the zone, and is the only route to identify which type of tourism should be stimulated and which market segment will benefit. In this respect, López Oliveras's work (1998) contributes to this new planning proposal, by indicating pertinent methods for the inventory and analysis of tourism resources that facilitate the sub-division of the territory to create a balanced interpretation of the vocation of the study zone. However, like Bissoli (*op cit.*), López Oliveras does not include a stage of prior recognition of the study area, nor does he contemplate the analysis of local community interests or posterior adjustments. This omission is, however, covered –and adequately justified- by Vera *et al.* (1997).

An additional premise for this new proposal is that decentralised planning that allows the local community to participate, incorporates a large variety of political and social, economic and environmental factors that are closely adapted to the purpose in question. This participation helps guarantee the long-term economic viability of tourism much better. Akehurst (2001) proposes such a tourism development method, involving the destination community right from the earliest planning stages. His proposal can thus be differentiated from those of Bissoli and López Oliveras through its reinforcement of the stage of evaluation of community interests, although the same gaps as encountered in other authors' proposals still exist.

It is therefore of fundamental importance to organize seminars and meetings among representa-

tives of the local community, the private sector and public administrators, in order to identify various aspects: the main deficiencies of the local tourism sector and possible threats facing the activity and environmental quality in the future; the potentially most attractive tourism resources; and the most economically viable types of tourism that they identify and would be interested in developing.

In his proposal, Hernández (1982) introduces the concept of “the desired image”, as the guiding thread throughout, thus leading and focusing the whole promotion process towards the targeted demand segments; this element will be incorporated into this new proposal. In detriment, Hernández pays insufficient attention to resource planning, so, in this respect, López's (*op. cit.*) work is a much better guideline. However, the former author proposes well designed subdivisions for the formulation of tourism development strategies which could be satisfactorily adapted to the circumstances in this study. The weaknesses in his method are similar to those encountered in Bissoli's (*op. cit.*) work; that is, he omits the stage of prior knowledge collection, and does not propose spatial planning or an adjustment stage composed of follow-up and evaluation stages.

Mill, Morrison's (1992) methodological proposal is quite wide-ranging, incorporating most of the stages identified so far. Nevertheless, it omits the stages of: identification of the local tourism product and the main trends affecting it; assessment of community interests; identification of territorial limits; and, finally, formulation of spatial plans. This new proposal, while comprising all the stages described by Mill, Morrison –albeit with different names- has incorporated a more profound consideration of certain aspects, such as resource analysis, given that the underlying preoccupation is the sustainability of the natural environment over and above the economic aspects of tourism activity, even though the importance of these is recognized.

3.1. New Tourism Planning Proposal

Following this critical analysis of the major contributions on tourism planning methodology, the various stages that comprise this new methodology proposal can be outlined. Five key stages –each including further sub-divisions- are identified and described, and the choice is justified.

- a) **Prior analysis of the destination:** with the objective of identifying the tourism structure, development trends and tourist motivations in the choice of the region. This analysis makes it possible to pinpoint development alternatives for the future, which would lead to higher demand and satisfaction rates, based on current realities.

Although some of the authors cited refer to certain procedures that would be included in this stage, they are, in the authors' opinion, superficial and incomplete and therefore unsatisfactory. This proposal contemplates a profound analysis of the characteristics of the existing tourism structure and the main trends; a comparative analysis of the development of similar tourism patterns elsewhere; and the identification of the motivations of current demand. This information is considered essential in order to define the measures necessary to move towards more sustainable forms of tourism while, at the same time, obtaining maximum economic profitability.

- b) **Diagnosis and Analysis:** the detailed study of supply and demand, the characteristics of tourism resources and local community interests, in order to provide fundamental data for defining new service and product provision in the future, based on truly feasible proposals, from the perspective of potential promoters and the local community. In addition, this analysis will serve to identify feasible new products, as possible promoting agents are included in the process. Obviously all authors include these procedures in some form in their proposals. This new methodology, however, places additional accent on the environmental perspective and the detailed analysis of tourism resources, considering them the base for a planning process that will guarantee environmental conservation. This may cut back short-term gains, but will ensure medium and long-term survival of the destination by maintaining the quality of the natural tourism resources. Moreover, the inclusion of the interests of the local community—both the public and private sectors— in the analysis, confers respect to them and involves them actively in the development process. Such procedures are included in planning undertaken with a social approach, while they are omitted in the case of centrally planned methodologies.
- c) **Territorial conditioning factors:** an analysis of the characteristics of the natural environment with a view to delimiting different levels of use for tourism purposes, in order to establish sustainable use parameters throughout the area. The underlying objective is to facilitate both resource conservation and management.
- d) **Development plan:** the drawing up of the actual plan, including its aims and objectives, strategies and specific action plans. Such plans should be both sectorial and spatial, and serve as the base for tourism development for essentially homogeneous zones. This phase constitutes the synthesis of the preceding stages, and the plans

should be considered management instruments for local tourism managers, as they clarify the most viable initiatives for achieving sustainable tourism development in their respective regions.

- e) **Plan revision:** the monitoring and evaluation of the planning process, that should make it possible to identify—and correct— incompatibilities that may arise¹. All plans should be continuously revised and updated in order to guarantee long-term success, as problems can arise as measures are applied and conditions—often provoked by external factors— can change through time. Each specific action plan should be accompanied by a separate monitoring and revision plan, including pre-established indicators and indices, in consonance with local parameters and with the approval of the local community and agents that are involved.

The synoptic table that follows (Table 1) resumes the principal methodological contributions of other authors in comparison with the current proposal.

4. Application: Tourism planning in the hydro-thermal complex of Caldas Novas, Brasil

Tourism development in the study area is closely related to the use of the local thermal waters. It could be supposed that these would have given rise to health spas, but, in fact, the tourism structure is more akin to a mass sun–sea model, in which thermal swimming pools substitute the sea. Fordist processes have guided development; thus the current product is stereotyped and mono-thematic, with correspondingly unimaginative lodging, complementary activity and marketing structures, a characteristic that leads to a similarly restricted focus of motivations on the demand side. In the quest for high demand and short-term gains, investors, by and large, have ignored environmental conservation goals and hence the thermal resources have been over-exploited. However, in recent years certain Postfordist elements have been incorporated without actually transforming the basic structure. Certainly, tourists are now better informed than before, expect higher quality facilities and many of them demonstrate some environmental consciousness, even though there is no significant change in their motivations. At the same time, it must be recognized that the product spectrum has not widened sufficiently to satisfy other motivations, in spite of the existing potential for diversification. Moreover, it is questionable whether or not the introduction of Postfordist initiatives would be of interest to current demand or would be capable of attracting new demand sectors.

Table 1: Principal methodological contributions to tourism planning

		Authors analysed					New proposal
		Akehurst	Bissoli	López	Hernandez & Alfonso	Mill & Morrison	
Principal contribution		Social perspective	Computer technology	Environmental perspective	Strategic desegregation	Implications of motivation	Combines all contributions
		Community participation		Tourism resource analysis		Market analysis	Adjustment to local conditions
Stages	Sub-stages						
1. Prior knowledge	Local tourism pattern						
	Market trends						
	Tourist motivation						
2. Diagnosis and Analysis	Supply and demand						
	Tourism resources						
	Community interests						
3. Territorial factors	Territorial definition						
4. Development plan	Objectives						
	Outcome definition						
	Overall strategy						
	Sectorial plan						
	Spatial plan						
5. Posterior revision and adjustment	Monitoring						
	Evaluation						

Key: Aspects encountered in proposal. Aspects not encountered in proposal. Source: Authors.

The initial supposition of this proposal is that planning constitutes a tool capable of transforming traditional mass tourism into a more sustainable activity. However, in the case of Caldas Novas, the challenge of having to redress spontaneity, disorganization and the lack of balanced development objectives through more rational use of resources places the sustainability paradigm as a key point of reference in the process of tourism activity planning in the municipality. In applying

the new methodology described above, apart from analysing the geographical and touristic context of the study area, data on spa tourism in general was compiled, including information on current international trends in the sector. This led to a diagnosis of the case study area that bore in mind aspects such as: supply, demand and tourist motivations; the nature of the tourism environment (built and natural); the legal framework of thermal waters;

existing infrastructures; municipal management; and stakeholders' opinions.

Thus, the completion of the first two stages of the process made it possible to proceed to the stage of formulation of the corresponding Tourism Development Plan, divided into two complementary parts:

- 1) The Basic Spatial Strategy (BPS), that provides a territorial perspective, as not all areas possess the same quantity and quality of resources, and so are neither equally vulnerable to tourism impacts nor equally suitable for tourism development. Hence, as has already been justified, the area must be subdivided, indicating different use levels and corresponding management codes for each sector;
- 2) The Basic Sectorial Strategy (BES), that approaches tourism from a thematic perspective, and makes it possible to develop plans for specific products capable of diversifying the product base and reinforcing tourism activity through a more adequate use of resources.

Within the framework of the BPS, an environmental protocol and use code –to be developed later in greater detail– determined for each type of zone. This element stresses the value of environmental studies, not only in consonance with global trends postulating that the maintenance of environmental quality reinforces the value of economic initiatives, but also because tourists are increasingly critical and demanding on environmental issues and this affects their satisfaction evaluations. In this case, greater attention to environmental and social factors was deemed especially necessary, in an attempt to redirect and revitalize business, accompanied by management policy changes aimed at encouraging the development of alternative types of tourism.

The BES is composed of three specific plans: the Institutional Enhancement Plan (IEP), the Tourism Product Plan (TPP) and the Promotion Plan (PP), in accordance with the methodology already defined. These plans propose a wide range of measures for each type of tourism that is considered feasible: legal and political; urbanistic and structural; education and training; promotion (marketing and commercialization). These plans, in fact, constitute an important tool to overcome one of the main deficits in existing tourism development strategies in the destination.

In the case of Caldas Novas, the fifth stage is also extremely important, as a follow-up of public management is absolutely essential, together with the creation of cooperatives and the drawing up of good practice codes. Another key element in the

monitoring process is periodical research to detect changes in preferences, satisfaction levels, the cost – benefit pattern and social and environmental impacts.

4.1 Basic Spatial Strategy (BPS): the territorial dimension of the plan

As has already been seen, Vera *et al.* (1997) provide solid arguments in favour of the inclusion of the territorial dimension in tourism planning, considering it especially valuable in consolidated tourism destinations with surviving *fordist* tourism patterns and structures and, certainly, Caldas Novas lies in this category. López Oliveras (1998) proposed a sub-division of the area to be planned through the delimitation of homogenous areas, in order to make the application of integrated proposals possible. These criteria have been applied in this case study, thus establishing a series of zones based on environmental uniformity and resource homogeneity. The main purpose of this division is to introduce coherence in public actions, with the objective of achieving short, medium and long-term territorial balance and cohesion.

Environmentally uniform areas were identified on a cartographic base and were presented in the Framework Plan. A total of eight categories were identified through the analysis of the interaction of various physical attributes, namely: geology, soil science, geomorphology, hydrology and vegetation. For each zone, suitable land uses are indicated based on these characteristics and the degree of fragility. The categories range from areas where use is highly restricted and priority is given to the preservation of wildlife and hydro-resource protection, to areas designated for agricultural and urban use. Tourism resources and existing products were superimposed on this cartographic base, thus making it possible to identify concentrations and the location of specialized products. The combination of these two typologies –physical characteristics and tourism potential– led to the determination of six categories of Tourism Use Areas (TUA), for which the key defining factors were: environmental quality, environmental carrying capacity and attractiveness.

- 1) **Restricted TUA**, in which conservation is the absolute priority and human activities can only be developed through specific activity plans that guarantee the integrity of the natural resources.
- 2) **Partially restricted TUA**, where only low intensity and low impact tourism activities can be developed so that such original landscapes as exist within them are maintained in their original state.

- 3) **Rural TUA**, that can support higher visitor levels, where landscape changes are permitted in order to stimulate low intensity tourism activities and where visitor interaction with the environment and the local community are priority objectives.
- 4) **Semi-intensive TUA**, that can support intensive tourist demand, albeit with certain controls exercised on tourism activities in order to avoid negative impacts on fragile natural resources within the area.
- 5) **Intensive TUA**, where the development of mass tourism is permitted.
- 6) **Area devoid of tourist interest**, due to the lack of potentially attractive resources and potential investors in their development.

Obviously, each area is clearly delimited and possesses specific characteristics. Nevertheless, they are not hermetic, as they constitute dynamic systems that are open to external influences and, consequently, are evolving constantly. An examination of the distribution and characteristics of the different areas, including an analysis of the resources implied and the identification of the tourism forms that are best suited to each specific area, reveals the existence of two clearly defined zones: that of tourism concentration and that of tourism expansion. The former includes the majority of potential tourism resources. This corresponds to the Intensive TUA and includes the urban centre of Caldas Novas, the hotel and leisure complex of the Pousada do Rio Quente and the Restricted TUA. Three areas are defined as zones of tourism expansion: the Partially Restricted TUA, the Rural TUA and the Semi-intensive TUA. However, the first two of these are made up of small, disconnected areas, a characteristic that would restrict tourism development and cause management problems.

A final consideration is the issue of connectivity and accessibility, not only for visitors, but also for nature. In the first case, connections between the intensive and semi-intensive TUAs are necessary, in order to generate new tourist flows towards the developing areas. A valid option in this case would be the creation of cycle tracks and pedestrian paths. A paved road would be the best option to provide access to the Rural TUA, while serving, at the same time, to integrate this zone with that of major tourism concentrations. Finally, better connections between the main tourism zone and the Partially Restricted TUA are essential to stimulate visitor flows towards a greater variety of products.

Similarly, ecological corridors linking different sectors of the Partially Restricted TUA and the Restricted TUA must be created, in order to guarantee genetic flora and fauna flows and, consequently, the survival of wild life in the region. This measure would also have parallel beneficial effects on tourism, as it would increase the attractiveness of these two zones. Hence, albeit the subdivisions identified, analysis reveals the paradoxical need to establish intercommunications, with the objective of conserving valuable elements capable of attracting visitor flows and facilitating access to such places.

The process has now reached the point where tourism use potential and risks generated as a result of the use of each area have been identified, so that a basic spatial tourism development strategy can be formulated, respecting, as already indicated, community interests and sustainability parameters. Nevertheless, its implementation requires discipline and this can best be achieved by applying regulations. Hence, an Environmental Regulation Plan for each TUA should be drawn up. However, given that this is a competence reserved by the municipal and higher authorities, this study is limited to providing a "Guide of suitable protective measures and actions to potentiate resource use", bearing in mind the specific characteristics of the resources and outcomes such as the conservation of environmental quality. This guide thus constitutes a synthesis of various planning phases which together define good practices in resource use and protection, as set out in Table 2. The first column classifies each TUA according to fragility and conservation levels. At this stage, the Regulation Plan must be drawn up. It comprises the biophysical, social and administrative attributes of each area, together with a statement of appropriate protection levels. The next step comprises: the identification of the best opportunities for creating new tourism products; the desired future environmental conditions and tourism structure in each area; and, in consequence, the most viable types of use and the associated risks.

The proposal of both protective and development measures aims at adding depth and specificity to the study of each area. On the basis of this information, the authorities (as already mentioned) should be able to draw up specific regulating plans incorporating social and environmental indicators for the various parameters involved, together with a compulsory monitoring process for application to natural conditions and the level of tourist satisfaction with the products available.

Table 2: Guide for necessary initiatives, according to Tourism Use Area (TUA) type

TUA type	Types of use	Risks	Protective and development measures	Corresponding legislation
Restricted	“Soft” tourism	Integrity of natural resources threatened	Prohibition of use of most fragile zones Control of visitor flows Infrastructure development	Public Use Plan including environmental education programmes and monitoring tools
Partially restricted	Low intensity tourism	Transformation of original landscapes	Controlled resource exploitation Prohibition of high impact activities	Tourism Activities Plan
Rural	Implication of local community in tourism process Demand spatially dispersed and related to rural heritage	Minor landscape changes	Application of environmental ethical code (minimum impact and limitations on resource use) Community involvement in planning process	Regulation of programme of activities and events
Semi- intensive	Development to maintain tourism flows	Lack of control of tourism activities, endangering more fragile natural resources	Spatial dispersion of permitted uses	Reservoir Exploitation Plan Regulation of use of engine propelled boats
Intensive	Mass tourism	Degradation of tourism environment	Infrastructure development to protect resources while facilitating their use for tourism purposes	Overall Plan and Regulation Code for the exploitation of tourism resources

Source: Authors.

4.2. Basic sectorial strategy (BES): instruments for tourism development

The basic sectorial strategy is comprised of three tourism plans: an Institutional Reinforcement Plan, which constitutes the key framework for implementing measures; a Tourism Product Plan which is an essential component in all plans; a Promotion Plan, without which demand for the products cannot be created. These three plans include proposals for specific actions, based on realities identified through fieldwork, in-depth interviews and seminars. The various actions are classified according to the time considered neces-

sary for their implementation: short-term (up to 2 years), medium-term (2-4 years) and long-term (5-8 years), taking into consideration the time needed to execute each action, the difficulties involved in the implementation of certain measures, and the inevitable delay in the modification of demand patterns.

The three plans are outlined in Tables 3-7, a form of presentation that intends to provide clarity and conciseness. The Institutional Reinforcement Plan proposes legislative and political actions (Table 3)² and measures to upgrade education and training for the tourism sector (Table 4).

Table 3: Legislative and Political measures under Municipal Council responsibility

Action *	Agent(s) Involved	Objective
Regulate and set up an Economic and Tourism Development Fund financed with 6% of municipal income for tourism oriented actions (S)*	Municipal Council, which must pass a Municipal Law dictating the assignment of 6% of municipal income to tourism oriented actions	Facilitate improvements through increased municipal funding, given the importance of the tourism sector in the municipality
Set up a Tourism Quality Evaluation Committee within the Municipal Council (M)	Municipal Council, which must set up a Committee composed of persons from the local tourism sector	Strengthen the tourism sector through its representation in the local administrative structure, as members of a specific body that proposes and coordinates initiatives to ensure the quality of tourism products
Create a Municipal Tourism Board (CMT) (S)	All the key enterprises in the local tourism industry should be represented in CMT	Elaborate projects and programmes to support the tourism sector and hence coordinate the process of tourism development
Enhance the role of the Municipal Tourism Secretariat (SMT) and the Municipal Cultural Secretariat (SMC) through an increase in human resources and built infrastructures (M/L)	Municipal Council, which should use the extra financial resources designated locally and also apply for funding from superior administrative levels	Reorient public investment in the sector towards sustainable products and practices
Celebrate an annual Municipal Tourism Forum (S/M/L)	SMT, responsible for the organisation and coordination of the Forum	Maintain contacts and Exchange of ideas among the various state organisms
Update regulations on environmental preservation, subsoil contamination risks, thermal source exploitation, etc. (S)	SMA, in collaboration with the corresponding legislative bodies	Elaborate proposals and regulations and guarantee their application (including control and inspection)
Revise the General Municipal Plan (POG) of urban land use (S/M)	Municipal Council in collaboration with the local community	Optimise activities while avoiding haphazard urban expansion and irreversible environmental damage, thus safeguarding its quality

*Key: (S) short term; (M) medium term; (L) long term

Source: Authors.

Table 4: Educational and Training measures

Action *	Agent(s) Involved	Objective
Create and implement a permanent ecologic conscience programme (M)*	Regional universities in their creation SMT in their implementation, with the collaboration of local tourism sector	Avoid negative environmental impacts caused by visitors
Organise seminars for updating information about the local tourism structure (S/M/L)	SMT and CMT in organisation and promotion Local tourism entrepreneurs and community as participants	Increase understanding of the weak and fragile points of the tourist reception infrastructures
Organise specialised courses on tourism topics for schoolteachers (S/M/L)	Regional universities and other local higher education institutions	Provide local teachers with more knowledge and a better understanding of the tourism system that can then be transmitted to the sector
Include tourism topics in the school curriculum (M)	SME for including modules on tourism in the school educational programme	Provide general education on tourism development and its impacts, given the development of tourism associated enterprises by the local population
Upgrade training in tourism-related employment (S/M)	SEBRAE and SMT, by including employees from the tourism sector in the FAT programme	Provide better service to tourists and improve product quality
Introduce a tourism education programme for adolescents (M)	SMT in the introduction of the programme	Create job opportunities for young people
Create specialised tourist guide courses (S)	SESC and SMT in the creation of the courses	Prepare tour guides whose environmental conscience will contribute to the preservation of the environment and well-informed explanations will increase tourist satisfaction

*Key: (S) short term; (M) medium term; (L) long term
Source: Authors.

The Tourism Product Plan is comprised of two types of actions: urbanistic (Table 5) and structural,

associated with the different types of tourism that could be developed (Table 6).

Table 5: Urbanistic measures

Action *	Agent(s) Involved	Objective
Improve tourism signposting (S)*	SMT	Facilitate access and rationalise flows
Renovate the Tourist Reception Centre (S)	SMT	Improve tourist information provision
Set up an efficient tourism-oriented public transport system in the municipality (S/M)	Collaboration agreement for reinforcing the sector between Municipal Council and DETRAN	Provide tourists with easy access to attractions through innovative, comfortable and reasonably priced transport systems, in order to encourage the diversification of demand
Revitalise the urban centre by widening pavements, resurfacing streets and lining them with trees (M)	SMOP	Improve environmental quality and visually enhance the built-up area of the destination
Create new urban parks and regulate their use (M)	SMA and SMT	Enhance and make better use of natural resources, promote tourist activities and increase the range of products available
Draw up a Tourism Use Plan for the urban centre (M)	SMT with support from the university and the tourism industry	Guarantee more suitable resource use and upgrade the tourism environment
Install a system of selective rubbish collection and increase the number of employees (S)	SMOP	Minimise the impacts generated by mass demand
Install tourist support infrastructures (S / M).	SMOP	Eliminate the deficit of public fountains, toilets and public telephones
Construct a new coach and bus station (S)	The Municipal Council should negotiate a State grant to finance construction	Provide logistic support for regional tourism demand
Complete construction work on the airport (S)	The Municipal Council should negotiate the provision of funding and homologation by the State and National Government	Facilitate access for long-haul visitors
Construct a large Conference Centre (M)	The Municipal Council should negotiate the provision of funding by the State and National Governments and supervise construction	Increase capacity for organising congresses and conferences
Install strategically-placed tourist information points that can be consulted around the clock (S)	SMOP and SMT	Facilitate tourism information provision

*Key: (S) short term; (M) medium term; (L) long term

Source: Authors.

Table 6: Product specific structural measures

Type of Product	Action*	Agent(s) Involved	Objective
Tourism in general	Publish a tourist guide book and map (S)*	SMT with support from the private sector	Promote the region and improve visitors' experiences
Health and Wellness	Encourage the establishment of health and esthetic treatment centres (M)	Tourism entrepreneurs	Widen the range of tourism products, using the basic resource
	Regulate the professional field of health and esthetics through a code of rules and inspections (M)	SMS	Guarantee the reliability and quality of the product
Ecotourism	Draw up a Tourism Use Plan for PESCAN, comprising sustainable tourism activities (M)	Competent professionals contracted by Municipal Council in collaboration with State Government	Make use of PESCAN through active conservation measures
Rural	Design and set up a rural tourist attraction circuit (M)	SMT in collaboration with the rural population	Widen the range of tourism products
	Set up programmes to encourage the development of rural tourism in collaboration with the rural population (L)	SMT in collaboration with the Municipal Prefecture	Diversify the rural economy
	Set up an Agricultural Museum (M)	Tourism entrepreneurs	Widen the range of tourism products
Sport	Encourage participation in sport through sports programmes and promotion (M)	SMT together with the corresponding sport associations	Respond to a latent demand already identified and make use of natural resources with tourism potential
Aquatic Activities	Draw up and implement a Tourism Use Plan for <i>Lago Corumbá</i> (M)	SMT in collaboration with tourism entrepreneurs	Widen the range of tourism products
Cultural	Recover the historic and cultural heritage (M/L)	SMC for both implementation and coordination	Recover local heritage and culture
	Design cultural itineraries and a shopping circuit (M)	SMT in collaboration with the commercial sector	Widen the range of tourism products
Events	Develop and implement an event calendar (M)	SMT and AGETUR	Maintain tourism demand constantly throughout the year
	Organise and promote festivals and competitions and acquire financial support for them (M)	Municipal Council and commercial entities linked to the tourism sector	Create new leisure activities and attractions for the local population and promote regional exchange

*Key: (S) short term; (M) medium term; (L) long term
Source: Authors.

The purpose of the Promotion Plan is to identify marketing and commercialising measures adapted to the new circumstances. The current image of the Caldas Novas project is one of a stereotype in which the existing commercialising mechanisms follow a

fixed pattern devoid of flexibility and imagination. As a result, it is imperative to introduce novel initiatives to reach new market segments and generate alternative types of demand (Table 7).

Table 7: Promotional and Commercialisation measures

Action*	Agent(s) Involved	Objective
Undertake an awareness programme among the local population to promote a positive and friendly attitude towards tourists (S/M/L)*	SMT and tourism sector agents	Improve attention to tourists
Produce high quality promotional materials (S)	SMT and local tourism entrepreneurs, with assessment from SEBRAE and AGETUR (for production and diffusion)	Increase tourism flows and diversify the type of demand
Undertake a nation-wide publicity campaign to acquire recognition of all the products and potential in the municipality (M/L)	SMT and local tourism entrepreneurs, with assessment from SEBRAE and AGETUR and a specialized company contracted <i>ad hoc</i>	Increase tourism flows and diversify the type of demand

*Key: (S) short term; (M) medium term; (L) long term
Source: Authors.

The operational calendar (Table 8) pinpoints the key short-term needs: the creation of a solid institutional base for tourism; and the provision of major infrastructures that are essential to upgrade the current tourism system. Human resource training and urban improvement are identified

as medium-term objectives. The strengthening of the system's base is a pre-requisite for the future development of new products, so these consequently will only be feasible in the long-term. This table can therefore be considered a summary of the entire strategic plan.

Table 8: Calendar for implementing the key actions proposed

		Short-term	Medium-term	Long-term
Action	Institutional	Economic and tourism development fund CMT Land Use Plan		
	Training		Tourism skill improvement seminars Labour force training	
	Urban structure	Tourist signposting Major infrastructures (airport and bus terminal)	Urban downtown enhancement (tree planting) Pavement repairs and extension (beyond centre)	Urban cohesion improvements
	Leisure activities	Caldas Novas street plan and tourist Guide	PESCAN tourism use Plan Lago Corumbá tourism use Plan	Rural tourism development
	Promotion			Publicity campaign

Source: Authors.

5. Conclusion

Tourism planning guarantees the control of physical and social impacts and reduces the danger of continuous tourism development which can lead to the destination's eventual saturation and even decline as Butler (1980) recognised so long ago. Moreover, it is also clear that the implication of the political powers, the local community and tourism entrepreneurs is the starting point to approach a planning process with hopes of success. At present there is an evident trend towards tourism expansion based on the exploitation of natural resources and the consolidation of policies to achieve this end.

At the same time, it must be remembered that the long-term survival of the human race depends on the wise use of natural resources, so their use must be carefully planned to avoid abuse. These factors situate environmental preservation as one of the major challenges facing tourism development policies in the country, together with quality issues. In many cases, the implementation of proposals encounters difficulties as a consequence of the lack of an appropriate and clearly defined framework adapted to the specific vocation of the territory. Hence it is absolutely essential to bear in mind the idiosyncrasies of the area and the characteristics of each resource in order to ensure sustainable forms of tourism activity.

Until now, the tourism planning process has, to all accounts, followed an impulsionist approach, whereby centralized planning has predominated, offering no opportunities for the destination community to manifest its preferences or exercise even minimum control over development. However, academic discourse on tourism planning is moving towards the need to incorporate social and environmental issues in the economic considerations that are the base of tourism development. As a result, this new proposal has taken a physical approach –placing priority on environmental sustainability- as the starting point, adding to this a social approach, through which the role of the local community is reinforced. The inclusion of temporal considerations –past, present and future- also provides a clearer view of the possibilities, while the classification of strategies into two categories –sectorial and territorial aspects- makes the application of measures more feasible. The authors consider that, without doubt, this procedure is much more likely to meet with success than less comprehensive methods applied in the past.

Abbreviations used in the text

AGETUR: Agencia Goiana do Turismo (Goias state agency for tourism planning and management)

- CMT:** Conselho Municipal do Turismo (municipal council of representatives of all tourism sectors, including hotels, restaurants, guides, university ...)
- DETRAN:** Departamento Nacional do Transito (Goias state department for planning and management of roads and main urban highways)
- FAT:** Fundo de Apoio ao Trabalhador (National government fund that finances short and medium length training courses for workers)
- PESCAN:** Parque Estadual da Serra de Caldas (Goias state park)
- SEBRAE:** Serviço Nacional de Apoio às Micro e Pequena Empresa (National organism for promoting and assisting private enterprises through training programs and financial aid for small companies)
- SESC:** Serviço Social do Comercio (National organism for promoting training programmes in the service sector)
- SM:** Secretaria Municipal (Goias state organism for planning and mangement with a delegation in all municipalities)
- SMA:** Secretaria Municipal do Meio Ambiente (for the environment)
- SMC:** Secretaria Municipal de Cultura (for socio-cultural services)
- SME:** Secretaria Municipal de Educação (for education)
- SMS:** Secretaria Municipal de Saúde (for the health service)
- SMT:** Secretaria Municipal de Turismo (for tourism)
- SMOP:** Secretaria Municipal de Obras Públicas (public works)

Bibliografia

- Acerenza, M. A.,
1992. *Administración del turismo: Planificación y dirección*. Vol. 2. (2nd ed.). Trillas, Mexico.
- Akehurst, G.,
2001. *Estratégia de desenvolvimento turístico orientado para a comunidade – Kalisz, Polônia*. In: Tyler, D., Guerrier, Y., Robertson, M. (Eds.) *Gestão de turismo municipal. Futura*, São Paulo, pp. 41-67.
- Baud-Bovy, M.,
1977. *Tourism and recreation development*. The Architectural Press, London.
- Beni, M.,
2001. *Análise estrutural do turismo*. (6th ed.). SENAC, São Paulo.

- Bissoli, M. A.,
2000. Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação. Futura, São Paulo.
- Butler, R. W.,
1980. The concept of a tourist area cycle of evolution and implications for management. *Canadian Geographer* 14, 5-12.
- Fernández Güell, J. M.,
1989. El turismo como sistema turístico. *Estudios Turísticos* 101, 71-83.
- Fuster Lareu, J.,
1972. Estudio sobre estrangulamientos: saturación de municipios turísticos. *Estudios Turísticos* 34, 233-242.
- Getz, D.,
1987. Tourist planning and research: traditions, models and futures. The Australian Travel Research Workshop, 5-6 November, pp.5-13.
- Gunn, L. A.,
1988. *Tourism Planning*. Taylor & Francis, New York.
- Hall, C. M.,
2001. A tomada de decisão política e o planejamento centralizado - Darling Harbour, Sydney. In: Tyler, D., Guerrier, Y., Robertson, M. (Eds.) *Gestão de turismo municipal*. Futura, São Paulo, pp. 21-40.
- Hernández, A.,
1982. *Planificación turística: un enfoque metodológico*. Trillas, Mexico.
- Leiper, N.,
1990. *Tourism systems: an interdisciplinary perspective*. Massey University, Palmerston North, NZ.
- Leno Cerro, F.,
1993. *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Dirección General de Política Turística, Madrid.
- López Oliveras, D.,
1998. *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. Universitat Jaume I, Castelló de la Plana.
- Mendonça, R.,
1996. Turismo ou meio ambiente: uma falsa oposição? In: Rodrigues, A. B. *Turismo: Reflexões teóricas e enfoques regionais*. (2nd ed.). Hucitec, São Paulo, pp. 17-25.
- Mill, R. C., Morrison, A. M.,
1992. *The tourism system*. (2nd ed.). Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Murphy, P.,
1985. *Tourism: a community approach*. Methuen, New York.
- Pearce, D.,
1989. *Tourist development*. (2nd ed.). Longman, Harlow, UK.
- Petrocchi, M.,
1998. *Turismo, planejamento e gestão*. Futura, São Paulo.
- Vera, J. F., López Palomeque, F., Marchena, M. J., Antón, S.,
1997. *Análisis territorial del turismo*. Ariel, Barcelona.

Notas

- ¹ Obviously this stage will not be examined in the case study due to temporal limitations.
- ² Names of organisms are abbreviated in all the tables and a glossary is included at the end of the text.

Recibido: 01/08/2012
Reenviado: 03/06/2013
Aceptado: 09/12/2013
Sometido a evaluación por pares anónimos



5TH EUROPEAN CONFERENCE ON INDUSTRIAL TOURISM

3TH CROSSROADS OF EUROPE

Los próximos días 17-18-19-20 de junio de 2014 se celebrará en la ciudad de Ferrol el *5º Congreso Europeo de Turismo Industrial* dentro del marco de la *3ª Edición del Crossroads of Europe*, organizado por la DG Empresa y Turismo Europea, la *Diputación de A Coruña*, CCI France y Cámara de Comercio e Industria de Toledo.

Las anteriores ediciones del Crossroads se desarrollaron en Pavía (Italia) y Toulouse (Francia), en el 2012 y 2013 respectivamente. Y las del Congreso Europeo de Turismo Industrial en Angers (Francia), Toledo (España), Turín (Italia) y São João de Madeira (Portugal), en 2006, 2008, 2010 y 2012.

El objetivo de este evento será destacar la importancia de las rutas culturales europeas en el desarrollo de una nueva forma de turismo, centrado en el turismo industrial y las industrias culturales (economía creativa e industrias).

Estará abierto a la participación de todos – asociaciones culturales y de turismo, organizaciones internacionales, autoridades regionales y nacionales, agentes de viaje y tour operadores, periodistas especializados y aquellos interesados en crear nuevas industrias en torno a la cultura y el turismo.

El Congreso se desarrollará bajo la temática central **“Identidad, Industria y Cultura”**.

vcongresoturismo@gmail.com

¿Incide el resultado contable y la dimensión empresarial en la eficiencia de las empresas hoteleras?

Pilar Alberca-Oliver*

Universidad Nacional de Educación a Distancia – UNED (España)

Resumen: En este trabajo se estima empíricamente la eficiencia sectorial de las empresas hoteleras españolas en la primera mitad de la década con datos microeconómicos y su relación con el resultado económico y la dimensión de la empresa. Con metodología no paramétrica DEA se obtienen los índices de eficiencia a nivel global e individual para cada una de las empresas hoteleras analizadas, y su evolución en el periodo. En un análisis de segunda etapa se aplica un modelo de análisis de la varianza, que permite concluir que las empresas más eficientes son las de menor dimensión y aquellas que obtienen resultados económicos positivos. La eficiencia, además, se muestra como una variable estable a corto plazo.

Palabras clave: Empresas hoteleras, turismo, análisis sectoriales, eficiencia y evaluación del rendimiento.

Códigos JEL: L83, D24, O47, M11, M15.

Affects the accounting and the business dimension in the efficiency of the hotel industry?

Abstract: This paper estimates empirically the efficiency of Spanish hotel companies in the first half of the decade and its relationship with economic result and size. The nonparametric DEA model with economic and financial information (balance sheet and income statement) is used. Efficiency index globally and individually are obtained for each hotel's companies analyzed and their evolution. The second step analysis applies a general linear model, which allows to conclude that the most efficient companies are those with smaller size and better economic performance, showing a behavior of the technical efficiency as a variable short-term stable.

Keywords: Hotels firms, tourism, regional analysis, efficiency and performance evaluation.

JEL classification: L83, D24, O47, M11, M15.

1. Introducción

El turismo es un ramo de la actividad económica que representa aproximadamente el 10% del PIB mundial. Las cifras que anualmente registra el ingreso mundial por turismo internacional reflejan la importante contribución a la dinámica económica que esta actividad representa para muchas regiones en el mundo (Brida et al., 2011). En el caso de España, el turismo es considerado tradicionalmente como motor de crecimiento económico por su aportación al PIB nacional y por su capacidad de generación de renta y de creación de empleo.

El contexto empírico de este artículo es el sector hotelero español y sus objetivos son los siguientes: en primer lugar estimar la eficiencia en dicho sector y su evolución durante la primera mitad de la década con datos microeconómicos. En segundo lugar determinar la incidencia de factores que pueden evidenciar un comportamiento diferenciado, siendo indicativos de los diferentes niveles de eficiencia alcanzados por las empresas hoteleras. La principal motivación de este estudio es el interés en profundizar en el conocimiento de una actividad económica de vital importancia para el turismo, como son las actividades relacionadas con

* Profesora del Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNED. E-mail: palberca@cee.uned.es

la hotelería. En el caso de España estas actividades adquieren especial relevancia: representan un elevado porcentaje del total del sector turístico: aproximadamente el 33% del valor añadido y de los gastos de personal y un 25% del volumen de negocio (Instituto Nacional de Estadística INE. Encuesta anual de servicios).

Como motivación adicional hay que indicar que la evaluación del rendimiento constituye un tema central en la gestión empresarial, ya que en entornos competitivos una empresa menos eficiente generalmente no es capaz de mantener una cuota de mercado que la permita sobrevivir. La industria turística no es inmune a esta necesidad de crecimiento y por tanto resulta crítico el desarrollo de herramientas que evalúen el rendimiento de las actividades turísticas (Barros et al., 2011).

El estudio realizado, con base en la información contable de una amplia muestra de empresas hoteleras, puede resultar de utilidad para obtener una aproximación a la eficiencia de la industria hotelera española con datos microeconómicos y para analizar la incidencia de algunos posibles factores explicativos. La selección de empresas con información contable auditada incide positivamente en la validez de las conclusiones obtenidas, como consecuencia de una mayor exigencia de calidad de la información financiera. En línea con estudios previos, la metodología DEA (Data Envelopment Analysis) ha permitido determinar el nivel de eficiencia con el que operan las empresas hoteleras, (Hwang y Chang, 2003; Barros y Alves, 2004; Haugland et al., 2007; Yu y Lee, 2009; entre otros). Cada unidad evaluada obtiene su índice o nivel de eficiencia de acuerdo con los inputs empleados y los outputs obtenidos en relación con las mejores prácticas que son las que definen la frontera de producción. En un contexto más amplio, el índice de eficiencia representaría la capacidad del hotel para transformar un conjunto de entradas o recursos en un conjunto de resultados (Min et al., 2009). Este trabajo también intenta profundizar en las fuentes de la eficiencia, por ser un aspecto muy poco tratado en la literatura previa a pesar de su relevancia para la planificación y la gestión hotelera. Se investiga sobre la relación existente entre la eficiencia y algunas variables de carácter organizativo y empresarial como el tamaño de la empresa hotelera, el resultado económico y el efecto experiencia como indicadores de la gestión empresarial. Finalmente se define la variable "eficiencia" como una magnitud de escasa volatilidad y alta estabilidad a medio plazo en la industria hotelera española, lo que sin duda tiene influencia positiva en el entorno económico-turístico español para el diseño de planes a medio/largo plazo y políticas turísticas.

Para una adecuada presentación, el artículo queda estructurado en cinco apartados: el siguiente epígrafe recoge el marco teórico y la revisión de la literatura de eficiencia en el sector hotelero. El tercero presenta la metodología frontera que se emplea en el análisis, la base de datos y las variables. El cuarto epígrafe recoge los principales resultados del análisis de eficiencia y estima la incidencia de determinados factores explicativos, algunos habituales en la literatura como ocurre con el tamaño empresarial. Finalmente el último epígrafe sintetiza las conclusiones más relevantes así como las principales limitaciones.

2. Marco teórico: aportaciones previas

El fuerte incremento en la competencia durante los últimos años parece haber estimulado el interés académico en evaluar la eficiencia en todos los sectores económicos (Fuentes, 2011). En el momento actual existe una importante y extensa literatura sobre eficiencia en múltiples sectores de la actividad económica. Haghiri y Simchi (2011), Karafillis y Papanagiotou (2011), Chen y Chen (2012) y Oh et al. (2012) constituyen algunos ejemplos de trabajos recientes. El sector servicios no ha sido una excepción, a pesar de que sus características específicas como la intangibilidad o la heterogeneidad dificultan la evaluación y la cuantificación de su eficiencia (McLaughlin y Coffey, 1990).

Los primeros estudios relacionados con la eficiencia en hoteles corresponden a la década de los noventa. De ellos, el primer trabajo que aplica un modelo frontera a la actividad hotelera es del año 1995 (Morey y Dittman). Previamente algunos autores habían realizado una aproximación a la performance del hotel mediante el análisis de ratios (Wijeysingue, 1993), o "yield management" (Brotherton y Mooney, 1992; Donaghy et al., 1995). No obstante, la mayoría de las investigaciones en hoteles han optado por la utilización de modelos frontera no paramétricos (DEA): Morey y Dittman (1995), Anderson et al. (2000), Brown y Ragsdale (2002), Chiang et al. (2004), Barros (2005), Botti et al. (2009), Perrigot et al. (2009), Barros et al. (2011); entre otros.

A nivel de estudios sectoriales existen muy pocos análisis de eficiencia con microdatos, a excepción de Haugland et al. (2007) en el contexto de la industria hotelera noruega. En España sólo estiman la eficiencia a nivel sectorial con datos microeconómicos dos trabajos: Rubio y Román (2006) en la industria hotelera andaluza y el de Alberca-Oliver et al. (2011) que estima la eficiencia y el cambio productivo en España con microdatos. A nivel internacional son destacables los trabajos

de Pulina et al. (2010), Brida et al. (2011) y Barros et al. (2011) para las regiones italianas y francesas respectivamente.

Por el contrario, han sido más frecuentes los estudios en segmentos hoteleros específicos, con la consiguiente limitación en el número de unidades evaluadas, que no suele superar las 50 ó 60 unidades. Existen análisis previos como el de Blasco y Moya (2005) en el contexto de España referido a una muestra de las 45 empresas turísticas de mayor dimensión (hoteles, restaurantes, establecimientos de bebidas, transporte y actividades de ocio, entre otros). También hay investigaciones en segmentos hoteleros específicos como los de los hoteles de clase turista (Shang et al. 2008), los hoteles de tres estrellas (Sigala et al., 2004; Sigala y Mylonakis, 2005; Sigala et al., 2005), los hoteles estatales (Barros y Alves, 2004; Barros, 2005), los hoteles de cuatro y cinco estrellas (Hwang y Chang, 2003; Chiang et al., 2004), los hoteles de lujo (Min et al. 2008) y algunas cadenas hoteleras específicas (Botti et al., 2009; Perrigot et al. 2009).

Una revisión de los periodos analizados pone de manifiesto que los análisis longitudinales y dinámicos (Barros y Alves, 2004; Barros, 2005; Huang et al., 2012) han sido menos habituales que los de corte transversal y estáticos (Brown y Ragsdale, 2002; Chiang et al., 2004; Wang et al., 2006; Shang et al. 2008).

Desde el punto de vista de la procedencia de las muestras, la gran mayoría de los análisis se refieren a hoteles y cadenas hoteleras de Taiwan (Hwang y Chang, 2003; Wang et al., 2006; Chen, 2009; Yu y Lee, 2009), EEUU (Anderson et al., 2000; Brown y Ragsdale, 2002), Francia (Botti et al., 2009; Perrigot et al., 2009; Barros et al., 2011) y Portugal (Barros y Alves, 2004; Barros, 2005; Barros et al., 2009), y en menor proporción Reino Unido (Johns et al., 1997; Sigala et al., 2005); España (Blasco y Moya, 2005; Rubio y Román, 2006; Alberca-Oliver et al., 2011), Italia (Brida et al., 2011) o China (Huang et al., 2012).

Con carácter general en los estudios previos es destacable la elevada heterogeneidad en lo referido a las variables inputs y outputs utilizadas, los factores explicativos o determinantes de la eficiencia, la procedencia de las muestras y los periodos analizados, lo que dificulta la comparabilidad con respecto a los objetivos de esta investigación. En el caso de los estudios previos con microdatos referidos a España Blasco y Moya (2005) analizan la relación entre la estructura económico-financiera y la eficiencia de las mayores empresas del sector turístico en el periodo 1995 a 1999. Rubio y Román (2006) referido a las empresas hoteleras andaluzas, evalúan la eficiencia en el periodo 2002 a 2004 de una muestra amplia de empresas hoteleras. Alberca-Oliver et al. (2011) estiman la incidencia

de las nuevas tecnologías y el cambio productivo en las empresas hoteleras mediante la aproximación de los índices de Malmquist en el periodo 2000-2005.

Si se analizan los factores que se han considerado relevantes en la literatura internacional previa desde el punto de vista de la incidencia sobre la eficiencia de las empresas hoteleras, éstos han sido fundamentalmente de tipo organizativo, como el estilo directivo, la clase de propiedad, la localización y el tamaño, entre otros. En esta línea de trabajo, algunos autores como Hwang y Chang (2003) estudian la performance de las empresas hoteleras de Taiwan en base a 45 hoteles internacionales, y concluyen que existen diferencias en la eficiencia de las empresas hoteleras dependiendo del estilo directivo. Otros autores, como Chiang et al. (2004), encuentran diferencias en la eficiencia de una muestra de 25 hoteles en Taipei según el tipo de propiedad: los hoteles que operan bajo franquicia y los hoteles administrados por operadores internacionales son más eficientes que los hoteles independientes. Chen (2007), referido a una muestra de hoteles de Taiwan, concluye que los hoteles de cadena son más eficientes que los independientes. Shang et al. (2010) estiman la eficiencia para el caso de una muestra de hoteles internacionales en Taiwan. Además evalúan la incidencia de algunos factores de tipo organizativo que pueden afectar a la eficiencia de las empresas hoteleras: localización, antigüedad y estilo directivo. El factor con más capacidad explicativa de los índices de eficiencia es la localización de la empresa hotelera, ya que los complejos hoteleros localizados en zonas turísticas y orientados al turismo de vacaciones obtienen mayor eficiencia que los hoteles de ciudad. Huang et al. (2012) analizan la incidencia de los recursos turísticos y de algunas variables macroeconómicas sobre la eficiencia hotelera en China, y mediante un modelo de regresión confirman la incidencia positiva sobre la eficiencia final del nivel educativo, de la retribución de los empleados, de la eficiencia inicial o efecto experiencia positivo, entre otras variables. Olivera et al. (2013) estudian la eficiencia de una muestra de hoteles de Algarve, determinando que dicha variable no está relacionada con la categoría del hotel medida por el número de estrellas, aunque parece evidenciarse una incidencia positiva sobre la eficiencia en aquellos hoteles que tienen campos de golf.

En el caso de España, apenas existen evidencias empíricas en cuanto a factores explicativos de la eficiencia de las empresas hoteleras. Sólo Blasco y Moya (2005) realizan un análisis bietápico con posibles factores explicativos relacionados con la estructura económico-financiera de las empresas turísticas (no específicamente las hoteleras) y su

eficiencia. En Alberca-Oliver et al. (2011) también se analiza el posible impacto de las nuevas tecnologías sobre el cambio productivo de las empresas hoteleras.

En este trabajo, siguiendo la literatura internacional previa, se analiza la incidencia sobre la eficiencia de las empresas hoteleras de variables que no han sido previamente evaluadas en el caso de España con el fin de establecer criterios que permitan mejorar el diseño de los planes y las estrategias en la empresa turística. Estas variables están relacionadas con la gestión empresarial, como ocurre con el tamaño, el resultado económico, la variabilidad de los índices de eficiencia y el efecto experiencia.

En relación con el tamaño, es necesario indicar que clásicamente se ha considerado como uno de los determinantes de la eficiencia, que a su vez es un factor explicativo del crecimiento y del fracaso empresarial. Una cuestión clave es si las políticas turísticas deben ser neutrales con respecto al tamaño o favorecer una mayor dimensión que pudiera estar asociada a una mayor eficiencia. Aunque la teoría económica y las investigaciones empíricas aplicadas a sectores y empresas evidencian la existencia de una relación de dependencia entre tamaño empresarial y eficiencia, no existe una línea de argumentación concluyente que apoye la relación positiva o negativa entre ambas variables.

Algunos argumentos como el de Leibenstein (1966) apoyan la relación inversa entre ambas variables, al considerar que el tamaño incide de forma adversa sobre la eficiencia, siendo más difícil mantener una empresa eficiente de gran tamaño. Otros autores (Young, 1991; Agell, 2004) apoyan la hipótesis de que las empresas pequeñas asignan de forma más eficiente los recursos, en unos casos por emplear más trabajo intensivo en tecnologías y en otros casos como consecuencia de una posible mayor eficacia de los incentivos sobre la motivación y el rendimiento de los trabajadores. La línea de argumentación opuesta considera la existencia de una relación positiva entre tamaño y eficiencia, que para algunos autores es consecuencia de las economías de escala que contribuyen a una mayor especialización de los recursos productivos (Williamson, 1970), y para otros autores como Jovanovic (1982) el proceso de crecimiento empresarial es el resultado de un proceso de selección en el que las empresas eficientes aumentan su tamaño y de esta manera logran mantenerse en la industria o en el sector. En relación con el efecto experiencia, Hopenhayn (1992) apoya la relación positiva no sólo entre eficiencia y tamaño sino también entre eficiencia y antigüedad como medida del efecto experiencia. Finalmente existe una línea de argumentación apoyada por autores como Lundvall y Battesse (2000), que tras realizar una exhaustiva

revisión de la literatura concluyen que la relación existente entre el tamaño empresarial y la eficiencia técnica es mixto.

En el caso del sector hotelero, en relación con el tamaño y la posible existencia de economías de escala, algunos estudios que lo analizan son los Hwang y Chang (2003), Barros (2005), Chen (2007), Haugland et al. (2007), Sanjeev (2007) y Pulina et al. (2010), en muestras de diferentes países. En general, los resultados obtenidos en estos estudios previos sobre la incidencia del tamaño y las posibles economías de escala en la eficiencia de los hoteles son contradictorios. Barros (2005) indica que la localización del hotel y las posibles economías de escala son variables relevantes a la hora de determinar la eficiencia hotelera. Chen (2007) y Hwang y Chang (2003) en el caso de muestras de empresas taiwanesas, concluyen que no existen diferencias en la eficiencia de los hoteles según el tamaño. Haugland et al. (2007) en el contexto de la industria hotelera Noruega, no encuentran diferencias en eficiencia según el tamaño de las empresas hoteleras. Sin embargo Sanjeev (2007) indica que la dimensión tiene incidencia sobre la eficiencia de las empresas hoteleras, ya que existe una correlación positiva aunque no elevada entre éstas variables. En la muestra de empresas hoteleras en las que está centrado su estudio concluye que las empresas más eficientes son o las de mayor dimensión o las más pequeñas. Neves y Lourenco (2009) en una muestra de hoteles internacionales indican que la eficiencia está inversamente relacionada con la dimensión de las empresas hoteleras y por tanto una implicación desde el punto de vista de la gestión hotelera es la reducción del tamaño del hotel. Esta conclusión no es apoyada por los resultados obtenidos por Barros y Dieke (2008) en el caso de una muestra de hoteles africanos, al indicar que los hoteles más eficientes son los de mayor dimensión. Pulina et al. (2010) analizan la eficiencia de una muestra de hoteles italianos y su relación con el tamaño del hotel. Los resultados obtenidos por estos autores indican que las empresas de tamaño mediano son las más eficientes, lo que supone un argumento favorable a la hipótesis desarrollada en el trabajo de Biggs et al. (1996), donde las empresas medianas (50 a 199 trabajadores) son las más eficientes.

Sobre el carácter explicativo de los resultados empresariales en relación con la eficiencia, el trabajo de Blasco y Moya (2005) es el que puede estar más relacionado con este estudio. A partir de un conjunto de ratios económico-financieras de las empresas de la muestra, los autores concluyen que las variables con mayor significación en cuanto a su carácter explicativo de los índices de eficiencia obtenidos son la ratio de rentabilidad económica, la ratio valor de facturación con respecto al activo

total, la ratio valor añadido con respecto al activo total y finalmente la ratio de recursos permanentes con respecto al exigible.

Finalmente, sobre la caracterización de la estabilidad/volatilidad de los índices de eficiencia y la incidencia del efecto experiencia como variable explicativa, en el caso de los hoteles los únicos trabajos que emplean estos factores determinantes son dos estudios internacionales referidos al contexto empírico de los hoteles en Italia (Pulina et al., 2010) y China (Huang et al., 2012).

El presente trabajo intenta superar algunas limitaciones de la literatura previa en eficiencia hotelera referidas a las muestras empleadas, como el tamaño, el periodo evaluado y la calidad de la información en los datos muestrales. Para superar la limitación referida al tamaño se emplea una muestra con mayor número de unidades evaluadas que la que ha venido siendo habitual en estudios previos, mientras que el periodo de cinco años permite superar la limitación derivada de la escasez de análisis de corte dinámico y longitudinal. La selección de empresas con información contable auditada mejora la fiabilidad y la calidad de los datos empleados, así como de los resultados. Una revisión de la literatura en el ámbito internacional también pone de manifiesto la práctica inexistencia de evidencias empíricas que en España relacionen los índices de eficiencia obtenidos por las empresas hoteleras con la dimensión y la rentabilidad, o que caractericen a la variable eficiencia con respecto a su volatilidad o estabilidad o si existe un efecto experiencia positivo. Con este objetivo, finalmente, el análisis bietápico de la varianza explora algunas fuentes de la eficiencia.

3. Metodología, variables y base de datos

3.1 Metodología

La evaluación de la eficiencia constituye una de las preocupaciones de la alta dirección y Data Envelopment Analysis (DEA) es una excelente herramienta para evaluar la eficiencia relativa de las unidades productivas (Chiang et al., 2004). Se trata de una metodología no paramétrica que emplea la programación matemática para definir la frontera de producción a partir del conjunto de posibilidades de producción, y evalúa la eficiencia de las unidades productivas en relación con las mejores prácticas. De forma similar a la función clásica de producción, se basa en el concepto de eficiencia al comparar los outputs con los inputs. Sin embargo, a diferencia de la función de producción que asume formas funcionales concretas, DEA se genera a partir de la información de las unidades productivas evaluadas (Johns et al., 1997)

Desde que esta metodología fue utilizada inicialmente por Charnes et al. (1978), hasta la actualidad, se han publicado un elevado número de artículos con aportaciones teóricas y aplicaciones empíricas. Cooper et al. (2007) puede considerarse obra de referencia para cuestiones metodológicas. Una revisión más detallada sobre la extensa literatura en DEA puede consultarse Emrouznejad et al. (2008).

Una de sus principales ventajas es la flexibilidad, sin embargo tiene algunas desventajas, como la necesidad de homogeneidad de las unidades analizadas (Fuentes, 2011). Esto significa que las unidades de producción evaluadas emplean los mismos factores de producción para producir bienes o prestar servicios, y las circunstancias que forman parte de su entorno son también similares (Cooper et al., 2007).

Las decisiones primarias relacionadas con la metodología DEA son las que tienen que ver con la tipología del rendimiento y el tipo de orientación. Charnes et al. (1978) proponen un modelo con orientación al input, asumiendo rendimientos constantes a escala. Estudios posteriores consideraron otras posibles alternativas como Banker et al. (1984), que proponen un modelo con rendimientos variables. En el caso de la industria hotelera, en línea con algunos análisis previos, algunos autores justifican la hipótesis de rendimientos variables dada la elevada dispersión en las variables inputs y outputs, como la cifra de ventas o el número de empleados (Keh et al., 2006). De forma paralela, también otros análisis asumen rendimientos variables en base al importante volumen de inversión inicial necesario en este sector (Haugland et al., 2007).

En los modelos DEA, la orientación al input permite definir como eficientes a las unidades productivas que emplean la mínima cantidad de factores para producir una determinada cantidad de outputs. En la revisión de la literatura en hoteles, existen análisis previos que emplean la orientación al factor: Wang et al. (2006), Davutyan (2007), Haugland et al. (2007), Fuentes (2011), entre otros. Ello se justifica por varias razones: en primer lugar, la expansión radial del output y por tanto su maximización no es posible, por las características del servicio hotelero donde la capacidad del hotel condiciona la existencia de un límite máximo de ocupación y por tanto de producción y ventas, (el número de habitaciones es fijo a corto plazo). Con carácter general puede establecerse la dependencia sobre la orientación con respecto a las variables bajo el control de la empresa: es más adecuada la orientación al output si en el proceso no existe control de los inputs. En caso contrario, si los resultados del proceso no son controlables por parte de la empresa, es más

conveniente el modelo DEA con orientación al factor (Ramanathan, 2003). Otras razones pueden ser que las medidas ahorradoras de inputs también permiten un mayor control de recursos por parte de los gestores en la empresa o que las empresas de servicios se encuentran sometidas a unas mayores condiciones de demanda, pudiendo ajustar mejor sus niveles de inputs (De Jorge, 2008).

Suponiendo que todas las unidades productivas analizadas tienen acceso a la misma tecnología, que transforma un vector de m inputs, denominado X en un vector de k outputs denominado Y , ésta se puede representar como:

$$T = \{(X, Y) \in \mathfrak{R}_+^m \times \mathfrak{R}_+^k : X \in \mathfrak{R}_+^m \text{ puede producir } Y \in \mathfrak{R}_+^k\}$$

De acuerdo con el modelo original formulado por Charnes et al. (1978), que calcula las medidas de Debreu-Farrell asumiendo la hipótesis de rendimientos constantes a escala, la medida input-orientada para una unidad productiva i puede calcularse como:

$$E_i = \text{Min } \theta_i$$

s.a.:

$$\sum_j \lambda_{ij} Y_{kj} \geq Y_{ki}, \forall k$$

$$\theta_i X_{mi} \geq \sum_j \lambda_{ij} X_{mj}, \forall m$$

$$\lambda_{ij} \geq 0, \forall j$$

Sobre la formulación matemática inicial con rendimientos constantes, en los hoteles la existencia de imperfecciones del mercado, la importante estacionalidad y las diferencias en dimensión de las empresas analizadas justifican el modelo propuesto por Banker et al. (1984) con rendimientos variables.

Las puntuaciones de eficiencia obtenidas bajo la hipótesis de rendimientos variables a escala representan la medida de la eficiencia pura, aislando los efectos en la escala de las operaciones (Avkiran, 1999). En un proceso que emplea k inputs y produce m outputs, por parte de cada una de las n unidades productivas, la unidad de producción i -ésima estará representada por los vectores columna x_i e y_i , respectivamente. La matriz $k \times n$ de los inputs X y la matriz $m \times n$ de los outputs Y , representarán los datos del conjunto de n unidades de producción incluidas en la muestra. Si definimos como un vector de intensidad de constantes $n \times 1$, que pondera la participación de las distintas observaciones en la frontera eficiente, la especificación de Banker

et al. (1984) a partir de la formulación del modelo DEA CCR dual se realiza añadiendo la restricción de convexidad:

$$E_i = \text{Min } \theta_i$$

s.a.:

$$\sum_j \lambda_{ij} Y_{kj} \geq Y_{ki}, \forall k$$

$$\theta_i X_{mi} \geq \sum_j \lambda_{ij} X_{mj}, \forall m$$

$$\sum_j \lambda_{ij} = 1$$

$$\lambda_{ij} \geq 0, \forall j$$

Frente al modelo primal, la formulación dual supone menos restricciones y generalmente suele ser la más empleada (Coelli et al. 1998). El modelo, resuelto para las n empresas hoteleras evaluadas y para cada periodo, permite obtener una puntuación de eficiencia E_i y un vector de intensidades para cada unidad. Esta puntuación, en un modelo con orientación al factor, se encuentra acotado en el intervalo $[0-1]$. Las compañías hoteleras que definen la frontera de las mejores prácticas obtienen un porcentaje de eficiencia del 100%, mientras que las empresas ineficientes obtienen una puntuación inferior al 100%.

Los índices de eficiencia se han estimado a través del método multietápico que emplea programación lineal en seis etapas, siendo el más recomendado por permitir proyectar las unidades ineficientes al punto eficiente más cercano situado sobre la frontera y por resultar invariante ante las unidades de medida (Coelli, 1998).

3.2 Variables

Las variables inputs y outputs pueden seleccionarse de acuerdo a diferentes criterios: los análisis previos, las opiniones de expertos o analistas con experiencia en el sector, la importancia y especialmente la disponibilidad de los datos (Perrigot et al. 2009). En este trabajo, la selección de las variables inputs y outputs viene determinada por la disponibilidad de los datos, previa revisión de la literatura sobre eficiencia en hoteles.

El modelo DEA seleccionado incluye un total de cuatro variables: un output y tres inputs. Con carácter general se consideran inputs o factores aquellos que tienen un coste directo para la empresa, que varía de una unidad productiva a otra. Sin embargo, en el caso de la selección de las variables outputs, éstas deberían reflejar las metas u objetivos de la empresa (Donthu y Yoo, 1998). En

la definición del output se ha seguido el criterio de las ventas netas, contabilizando el input consumos, además del trabajo y del capital (Illueca y Martínez, 2002). Como la medida del output debe reflejar los términos en los cuáles la organización alcanza sus objetivos, las ventas han sido frecuentemente incluidas en análisis previos (Anderson et al., 2000; Barros, 2004; Barros y Alves, 2004; Barros, 2005; Haugland, 2007; Perrigot et al., 2009; entre otros).

En lo que se refiere a la medida de los inputs, existe una alta heterogeneidad en los estudios previos: existen trabajos que sólo emplean estándares físicos (número de habitaciones, superficie, número de clientes, etc), otros emplean estándares económicos (ingresos y gastos por diferentes conceptos) y finalmente hay trabajos que combinan estándares físicos y monetarios en la valoración de los inputs y outputs. Una exhaustiva revisión de la literatura pone de manifiesto que aquellos trabajos que estiman la eficiencia en segmentos hoteleros específicos emplean algunos indicadores como el nivel de servicio prestado (Morey y Dittman, 1995; Brown y Ragsdale, 2002), los ingresos por servicio (Johns et al., 1997; Hwang y Chang, 2003; Chiang et al., 2004; Sigala et al., 2005; Wang et al., 2006; Shang et al., 2008), el número de habitaciones del hotel (Hwang y Chang, 2003; Barros, 2005; Wang et al., 2006; Shang et al., 2008), el nivel de calidad del servicio (Morey y Dittman, 1995; Brown y Ragsdale, 2002), la ratio de ocupación media (Avkiran, 2002; Sigala et al., 2005), la superficie de comedor (Hwang y Chang, 2003), o las quejas y reclamaciones (Brown y Ragsdale, 2002), entre otras.

Sin embargo los estudios sectoriales y de corte longitudinal emplean magnitudes contables, fundamentalmente por la calidad de la información y la disponibilidad de los datos (Haugland et al., 2007; Alberca-Oliver et al., 2011).

3.3 Base de datos

La base de datos está integrada por un panel de 303 empresas hoteleras que disponen de información de balance y cuenta de resultados en todo el periodo 2000-2005. La fuente primaria de información de las empresas hoteleras es el Registro mercantil. Con el objetivo de garantizar una mayor calidad de la información financiera se han seleccionado sólo las empresas que disponían de información contable auditada en todo el periodo.

Al comparar los datos del total del sector, según la información disponible en la encuesta anual de servicios (EAS) del INE con la muestra, el conjunto de empresas analizadas supone en algunas magnitudes relevantes como el valor de la producción y los gastos de personal aproximadamente un 35%

sobre el total del sector en España (Cuadro 1); si bien una comparación más detallada por dimensión medida por el número de trabajadores según los niveles definidos en la información sectorial y como puede apreciarse en el cuadro, muestra que el segmento mayoritario de datos de la muestra corresponde a los tamaños comprendidos entre 20 a 99 empleados y más de 99 empleados. El principal motivo es la inexistencia de información auditada en el segmento de empresas muy pequeñas.

Cuadro 1: Comparación de la muestra sobre el total del Sector hotelero

2005	DATOS INE	DATOS MUESTRALES	% S/ TOTAL del SECTOR
VALOR DE LA PRODUCCIÓN(a)	13.447.956	4.871.931	36,23%
GASTOS DE PERSONAL	4.933.233	1.709.343	34,65%
Tamaño inferior a 20 empleados			
VALOR DE LA PRODUCCIÓN(a)	2.712.814	23.960	0,88%
GASTOS DE PERSONAL	827.776	4.995	0,60%
Tamaño de 20 a 99 empleados			
VALOR DE LA PRODUCCIÓN(a)	4.519.736	1.011.584	22,38%
GASTOS DE PERSONAL	1.677.926	320.765	19,12%
Tamaño superior a 99 empleados			
VALOR DE LA PRODUCCIÓN(a)	6.215.406	3.836.386	61,72%
GASTOS DE PERSONAL	2.427.531	1.383.584	57,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información del INE y de los datos muestrales

(a)El Valor de la producción se ha definido como las ventas netas más otros ingresos de explotación más los trabajos realizados por la empresa para el inmovilizado.

El cuadro 2 muestra los estadísticos descriptivos de las variables utilizadas para el análisis y pone de manifiesto la existencia de importantes diferencias en cuanto al tamaño de las empresas de la muestra. Los valores de las variables han sido deflactados según diferentes índices de precios. El valor de la producción se ha deflactado por el índice de precios hoteleros, los gastos de personal se han deflactado por el índice de coste laboral, el activo fijo neto por el índice de precios industriales y finalmente los consumos de ventas y otros gastos de explotación se han deflactado por el índice de precios hoteleros.

Cuadro 2: Estadísticos descriptivos de las variables utilizadas

AÑOS	MEDIA	DESVIACIÓN	MÁXIMO	MÍNIMO	AÑOS	MEDIA	DESVIACIÓN	MÁXIMO	MÍNIMO
2000					2003				
Producción^(a)	12.903,030	34.744,499	419.270,510	47,726	Producción^(a)	13.231,669	38.837,389	518.684,442	1.600,216
Capital^(b)	4.226,831	44.917,446	784.122,422	14,437	Capital^(b)	2.070,538	2.156,184	21.700,247	28,524
Trabajo^(b)	339,819	153,957	2.298,451	132,019	Trabajo^(b)	361,289	102,895	711,662	69,173
Consumos^(b)	431,578	140,673	1.555,392	171,285	Consumos^(b)	452,907	142,583	1.838,069	206,103
2001					2004				
Producción^(a)	13.174,289	40.019,923	545.323,647	1.536,652	Producción^(a)	13.356,143	38.079,296	492.366,687	1.500,942
Capital^(b)	1.938,305	2.518,643	30.076,346	50,241	Capital^(b)	2.189,174	2.255,045	19.004,929	17,346
Trabajo^(b)	341,331	91,170	667,595	64,820	Trabajo^(b)	360,114	111,069	968,987	28,339
Consumos^(b)	430,444	126,328	1.283,924	214,478	Consumos^(b)	459,569	125,248	1.152,254	197,362
2002					2005				
Producción^(a)	13.361,604	39.952,669	537.420,247	559,550	Producción^(a)	13.438,234	38.409,326	483.675,518	341,235
Capital^(b)	2.265,012	4.783,895	74.790,501	41,517	Capital^(b)	2.542,152	4.870,509	71.963,824	15,562
Trabajo^(b)	350,145	100,878	833,596	32,115	Trabajo^(b)	379,247	294,089	5.139,622	38,679
Consumos^(b)	446,338	166,606	1.924,151	187,957	Consumos^(b)	482,125	300,045	5.162,634	156,680

(a) Valor de la producción: Ventas netas más otros ingresos de explotación. Miles de euros constantes (base 2000)

(b) Capital, trabajo y consumos: Ratio de activo fijo neto, gastos de personal, consumos y otros gastos de explotación respectivamente sobre el valor de la producción. Miles de euros constantes (base 2000)

FUENTE: Elaboración propia

Cuadro 3: Eficiencia media y distribución de frecuencias

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
EFICIENCIA MEDIA	75,4%	74,9%	71,9%	77,8%	79,8%	77,5%
E ficientes 100%	27	25	20	32	35	39
E ficientes 90%-99%	30	24	17	22	30	22
E ficientes 80%-89%	42	43	36	57	80	52
E ficientes 70%-79%	87	80	77	107	101	102
E ficientes 60%-69%	83	105	105	66	43	65
E ficientes 50%-59%	26	23	41	18	10	17
E ficientes 40%-49%	7	2	6	1	4	6
E ficientes 30%-39%	1	1	1	-	-	-
TOTAL EMPRESAS	303	303	303	303	303	303

4. Resultados

La eficiencia media para el conjunto de empresas hoteleras analizadas en cada uno de los periodos ha presentado algunas leves variaciones, pasando del 75,4% en el año 2000 al 77,5% en el año 2005. En periodos intermedios: en el año 2001 fue del 74,9%, en 2002 del 71,9%, en 2003 del 77,8% y en 2004 del 79,8% (cuadro 3). El índice de obtenido en el año 2005 indica que sería posible proporcionar el mismo servicio con un 22,5% menos de los inputs, siendo un posible factor explicativo la sobredimensionalidad con la que operan gran parte de los establecimientos hoteleros como consecuencia de la estacionalidad.

Los valores de las frecuencias aparecen reflejados en el cuadro 3. Como puede apreciarse, las mayores frecuencias se producen en los intervalos de eficiencia comprendidos entre el 60% y el 80%. En cuanto al número de empresas eficientes por periodo, en el inicial del intervalo resultaron eficientes 27 empresas mientras que a finales del periodo han resultado 39. El límite inferior en cuanto a porcentajes de eficiencia se sitúa en el intervalo del 30% al 39% y para el caso de las empresas hoteleras españolas puede considerarse como el umbral de eficiencia de referencia en el sector de empresas auditadas, por debajo del cuál es prácticamente imposible la supervivencia de la empresa hotelera.

Cuadro 4: Contraste de Levene sobre igualdad de las varianzas

F	gl1	gl2	SIGNIFICACIÓN
1,137	39	263	0,275

Fuente: elaboración propia

Cuadro 5: Análisis de la varianza

Fuente	Suma de cuadrados tipo III	gl	Media cuadrática	F	Signific.	Eta al cuadrado parcial	Parámetro de no centralidad	Potencia observada (a)
Modelo corregido	2,617(b)	39	0,067	5,691	0,000	0,458	221,958	1,000
Intersección	92,579	1	92,579	7852,000	0,000	0,968	7852,000	1,000
TAMAÑO	0,277	4	0,069	5,868	0,000	0,082	23,472	0,983
RESULTADO	0,449	1	0,449	38,105	0,000	0,127	38,105	1,000
EFIC_INIC	0,172	3	0,057	4,849	0,003	0,052	14,546	0,903
TAMAÑO * RESULTADO	0,095	4	0,024	2,011	0,093	0,030	8,045	0,599
TAMAÑO * EFIC_INIC	0,319	12	0,027	2,255	0,010	0,093	27,058	0,951
RESULTADO * EFIC_INIC	0,020	3	0,007	0,573	0,633	0,006	1,718	0,168
TAMAÑO * RESULTADO * EFIC_INIC	0,366	12	0,030	2,586	0,003	0,106	31,028	0,976
Error	3,101	263	0,012					
Total	187,834	303						
Total corregida	5,718	302						

a Calculado con alfa = 0,05 b R cuadrado =0,458 (R cuadrado corregida = 0,377)

La determinación de la incidencia de algunas características como la dimensión empresarial sobre los índices de eficiencia que obtienen las empresas, constituye una segunda etapa del análisis.

Con este objetivo se emplea un modelo factorial de análisis de la varianza, que evalúa el efecto individual y conjunto de varios factores. Los factores más significativos han sido la dimensión (Tamaño), el resultado empresarial (Resultado) y los niveles iniciales de eficiencia que las empresas obtenían (EFIC_INIC). La prueba de Levene confirma la homogeneidad de varianzas en cada uno de los grupos (cuadro 4). El modelo ajustado se recoge en el cuadro 5.

En general las empresas hoteleras que forman parte de la muestra operan con rendimientos decrecientes a escala: la eficiencia disminuye al aumentar la dimensión del establecimiento hotelero. Mientras que las empresas de menor dimensión (tamaño 1) obtienen una eficiencia media del 88,20%, las empresas de mayor dimensión (tamaño 5) obtienen un índice de eficiencia media quince puntos por debajo (del 73,70%).

Existen diferencias importantes en los índices de eficiencia alcanzados por las empresas según hayan obtenido resultados económicos positivos o negativos, tanto a nivel global de la muestra como por tamaños de empresa. Las más eficientes son

las que obtienen resultados económicos positivos, con un índice de eficiencia media del 80,6% frente al 69,5% de eficiencia media para las empresas que obtuvieron resultados económicos negativos.

Por tamaños, las empresas de menor dimensión con resultados positivos alcanzaron una puntuación media de eficiencia del 91,30% frente al 76,50% obtenido por las empresas con resultados negativos. Para el resto de tamaños: las empresas pequeñas (tamaño 2) obtuvieron el 79,4% de eficiencia cuando los resultados eran positivos frente a un porcentaje de eficiencia del 71,1% si no los obtenían. En las empresas medianas (dimensión 3), los porcentajes de eficiencia si obtenían resultado económico positivo fueron del 78,7% frente al 66,9% si el resultado económico era negativo. Las empresas grandes y muy grandes también obtuvieron índices de eficiencia media superiores cuando sus resultados eran positivos.

La incidencia del factor eficiencia inicial (EFIC_INIC) recoge el efecto experiencia y la variabilidad temporal de los índices de eficiencia. Este factor agrupa cuatro categorías muestrales, cada una de las cuales incluye aproximadamente el mismo número de casos. Las categorías se definen en según el valor del índice de eficiencia que las empresas obtuvieron al principio del periodo: las empresas categorizadas en el nivel 1 fueron las menos efi-

Cuadro 5: Estadísticos descriptivos según tamaño, resultado y eficiencia inicial.

TAMAÑO	RESULTADO	RGO. EFICIENCIA INIC.	V. DEPEND. EFIC. FINAL		
			Media	Desv.	N
1	(NEGATIVO)	1	0,671	0,111	4
		2	0,593	0,0	1
		3	0,849	0,140	5
		4	0,809	0,176	3
		Total	0,765	0,154	13
	(POSITIVO)	1	0,884	0,090	6
		2	0,875	0,101	17
		3	0,896	0,095	6
		4	0,962	0,060	19
		Total	0,913	0,091	48
	Total	1	0,799	0,144	10
		2	0,860	0,119	18
		3	0,875	0,114	11
4		0,941	0,094	22	
Total		0,882	0,122	61	
TAMAÑO	RESULTADO	RGO. EFICIENCIA INIC.	V. DEPEND. EFIC. FINAL		
			Media	Desv.	N
2	(NEGATIVO)	1	0,700	0,120	13
		2	0,764	0,087	5
		3	0,651	0,089	4
		4	0,746	0,081	3
		Total	0,711	0,107	25
	(POSITIVO)	1	0,742	0,080	12
		2	0,778	0,116	12
		3	0,821	0,101	8
		4	0,881	0,112	7
		Total	0,794	0,110	39
	Total	1	0,721	0,103	25
		2	0,774	0,106	17
		3	0,764	0,125	12
4		0,840	0,118	10	
Total		0,762	0,115	64	
TAMAÑO	RESULTADO	RANGO EFICIENCIA INIC.	V. DEPEND. EFIC.FINAL		
			Media	Desv.	N
3	(NEGATIVO)	1	0,633	0,037	4
		2	0,598	0,137	3
		3	0,681	0,081	2
		4	1,000	.	1
		Total	0,669	0,141	10
	1 (POSITIVO)	1	0,720	0,055	9
		2	0,746	0,068	10
		3	0,763	0,110	18
		4	0,883	0,111	15
		Total	0,787	0,113	52
	Total	1	0,693	0,064	13
		2	0,712	0,104	13
		3	0,754	0,109	20
4		0,891	0,111	16	
Total		0,768	0,125	62	
TAMAÑO	RESULTADO	RANGO EFICIENCIA INICIAL	V. DEPEND. EFICIENCIA FINAL		
			Media	D.típica	N
4	0 (NO)	1	0,637	0,087	10
		2	0,642	0,207	6
		3	0,736	0,115	4
		4	0,443	.	1
		Total	0,648	0,141	21
	1 (SI)	1	0,698	0,092	11
		2	0,748	0,051	8
		3	0,768	0,099	9
		4	0,849	0,100	11
		Total	0,767	0,104	39
	Total	1	0,669	0,093	21
		2	0,703	0,144	14
		3	0,758	0,100	13
4		0,815	0,151	12	
Total		0,725	0,130	60	

TAMAÑO	RESULTADO	RANGO		V. DEPEND.		
		EFICIENCIA INICIAL		EFICIENCIA FINAL		
5	0 (NO)	1	0,644	Media	D. típica	N
		2	0,852	0,125	0,142	4
		3	0,664	0,096	0,073	6
		4	0,626	0,073	0,073	2
		Total	0,691	0,131	0,131	15
	1 (SI)	1	0,763	0,104	0,104	3
		2	0,697	0,183	0,183	11
		3	0,777	0,116	0,116	13
		4	0,774	0,140	0,140	14
		Total	0,753	0,143	0,143	41
	Total	1	0,695	0,124	0,124	7
		2	0,730	0,182	0,182	14
		3	0,742	0,120	0,120	19
		4	0,755	0,141	0,141	16
		Total	0,737	0,141	0,141	56

Cuadro 6: Estadísticos descriptivos según tamaño y eficiencia inicial

RESULTADO	RANGO EFIC_INICIAL	V.DEPEND. EFIC. FINAL			
			MEDIA	DESVIACIÓN	Nº OBSERVAC.
0 (NEGATIVO)	1	0,665	0,103	35	
	2	0,701	0,167	18	
	3	0,721	0,126	21	
	4	0,736	0,175	10	
	TOTAL	0,695	0,134	84	
1 (POSITIVO)	1	0,748	0,098	41	
	2	0,782	0,129	58	
	3	0,790	0,111	54	
	4	0,877	0,122	66	
	Total	0,806	0,126	219	
TOTAL	1	0,710	0,108	76	
	2	0,762	0,142	76	
	3	0,771	0,119	75	
	4	0,858	0,137	76	
	Total	0,775	0,138	303	

Fuente: elaboración propia

cientes en el año 2000 y las categorizadas en el nivel 4 eran aquellas que mostraban los mayores índices de eficiencia inicial.

Los resultados para este factor (con un p-valor de $0,003 < 0,05$) permiten concluir que las poblaciones en las que queda dividida la muestra según su nivel de eficiencia inicial, tienen medias significativamente distintas y por tanto el nivel de eficiencia inicial que las empresas hoteleras obtuvieron tiene incidencia sobre las puntuaciones de eficiencia final: el signo del efecto es positivo

En general las empresas más eficientes al principio del periodo analizado continúan siendo muy eficientes, con índices superiores al 85% y las que inicialmente eran menos eficientes también mantienen un nivel más bajo de eficiencia final, que se sitúa en torno al 71%. Por tamaños de em-

presa esta consideración es igualmente válida: las empresas de menor dimensión que obtenían en el año 2000 unos niveles muy elevados de eficiencia obtienen en el 2005 una eficiencia promedio del 94,10% frente al 79,9% de eficiencia que obtienen aquellas empresas pequeñas que *partían del nivel de eficiencia menor*.

5. Discusión y conclusiones

En este trabajo se analiza con metodología frontera no paramétrica DEA la eficiencia sectorial de las empresas hoteleras españolas con información contable auditada en el periodo previo a la crisis económica. El presente trabajo intenta superar limitaciones importantes de los análisis previos, como

el relacionado con el tamaño muestral o el habitual empleo de muestras de corte transversal, lo que impide capturar las fluctuaciones en el desempeño de las empresas hoteleras en el tiempo (Min et al. 2009). Con este planteamiento se ha evaluado la eficiencia en una muestra amplia de empresas hoteleras en base a su información contable auditada, lo que mejora notablemente la fiabilidad y calidad de los datos. La selección de un periodo de cinco años ha permitido realizar un análisis dinámico y evolutivo, lo que permite mejorar las conclusiones frente a los habituales análisis estáticos y de corte transversal. A nivel global los principales resultados obtenidos muestran que la eficiencia media de las empresas hoteleras correspondientes al segmento de empresas auditadas varía del 75,4% a principios del periodo hasta un 77,5% en el año 2005, lo que supone un crecimiento de 2,1 puntos en los niveles medios de eficiencia sectorial.

En el caso de España, como consecuencia de los escasos trabajos previos referidos a las empresas hoteleras, apenas existen evidencias empíricas sobre la incidencia de posibles factores explicativos. Ello a pesar de la relevancia que puede tener el conocimiento de dichos factores; no sólo desde la perspectiva directiva sino también con la finalidad de diseñar políticas sectoriales tanto de carácter público como privado, que resulten eficaces a la hora de dirigir los recursos hacia las empresas que los emplean de manera más eficiente. Con este objetivo, mediante un modelo bietápico factorial de análisis de la varianza se estima la posible relación existente entre los índices de eficiencia obtenidos por las empresas con algunas variables relacionadas con la gestión empresarial, como el tamaño, el resultado contable, el efecto experiencia y la variabilidad de los índices de eficiencia.

En el contexto de esta investigación resultan más competitivas, al obtener mayores índices de eficiencia, las empresas de menor tamaño: la eficiencia disminuye al aumentar la dimensión. Esta conclusión apoya el argumento de Leibenstein (1966), que considera que las empresas de mayor tamaño tienen más dificultades para ser eficientes y las hipótesis de Young (1991) y Agell (2004), para los que las empresas más pequeñas asignan de forma más eficiente los recursos. Por tanto es opuesta a la hipótesis de Jovanovic (1982) que considera que son las empresas eficientes las que aumentan su tamaño y este crecimiento las permite mantenerse en el mercado; o a los argumentos que apoyan la existencia de economías de escala y mayor especialización de los recursos, lo que justificaría la relación positiva entre tamaño y eficiencia (Williamson, 1970). Desde el punto de vista de la gestión empresarial y de las políticas

turísticas, al igual que en el estudio de Neves y Lourenco (2009), una posible implicación iría orientada hacia la reducción de la dimensión de los hoteles menos eficientes, normalmente por estar más sobredimensionados.

También resultan más eficientes las empresas que obtienen resultados económicos positivos, con un índice de eficiencia media del 80,6% frente al 69,5% de eficiencia media para las empresas que obtienen resultados económicos negativos. El factor eficiencia inicial captura la variabilidad temporal de la eficiencia y los resultados permiten concluir que ésta variable se muestra estable en el medio plazo, en línea con el resultado de Pulina et al. (2010) para las regiones italianas, que encuentran una escasa volatilidad del índice de eficiencia. Esta conclusión resulta muy positiva en el diseño de planes y políticas turísticas y hoteleras a medio/largo plazo como consecuencia de la estabilidad de la eficiencia en esta industria. El signo positivo en los efectos del modelo constatan la existencia de un efecto experiencia positivo en la industria hotelera española, lo que apoya la hipótesis de Huang et al., (2012) en el contexto de China.

La principal limitación del estudio es la relativa al horizonte temporal que será objeto de ampliaciones futuras mediante la inclusión de un periodo adyacente de 2005 a 2010. El último año considerado en la muestra actual coincide con la aprobación de una nueva normativa contable a nivel internacional que introduce cambios sustanciales en el reconocimiento y valoración de las variables financieras empleadas en el estudio empírico, lo que implicaría llevar a cabo un control de la normativa que aplica cada empresa a partir del año 2005 con el fin de evitar sesgos en la medición de los inputs y outputs. El Reglamento 1606/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo establece que todos los grupos de sociedades cuyos valores coticen en un mercado regulado de cualquier Estado miembro de la Unión Europea elaboren sus cuentas consolidadas de acuerdo con las normas internacionales de contabilidad desde 2005. Mediante el Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, se aprueba el Plan General de Contabilidad y mediante el Real Decreto de 1515/2007, de 16 de noviembre se aprueba el Plan General de Contabilidad de Pymes. La ampliación del horizonte temporal mediante el periodo adyacente 2005-2010 teniendo en cuenta la nueva regulación, exigirá la definición de una nueva muestra de acuerdo con el nuevo marco regulador vigente desde 2005, permitiendo además evaluar la incidencia de la crisis económica en el segmento de empresas hoteleras auditadas.

Bibliografía

- Agell, J.
2004 "Why are small firms different? Manager's views". *Scandinavian Journal of Economics*, 106(3): 437-452.
- Alberca-Oliver, P., Parte-Esteban, L. y Such-Devesa, M. J.
2011 "Evaluación del rendimiento de las empresas hoteleras con medidas de eficiencia y productividad: análisis frontera no paramétrico". *Papeles de economía española*, (128): 266-280.
- Anderson, R.I.; Fok, R. y Scott, J.
2000 "Hotel industry efficiency: An advanced linear programming examination". *American Business Review*, 18(1): 40-48.
- Avkiran, N.K.
1999 *Productivity Analysis in the Services Sector with Data Envelopment Analysis*. Avkiran Public. Camira, Queensland.
- Avkiran, N.K.
2002 "Monitoring Hotel Performance". *Journal of Asia Pacific Business*, 4: 51-56.
- Banker, R.D.; Charnes, A. y Cooper, W.
1984 "Some Models for Estimating Technical and Scale Inefficiencies in Data Envelopment Analysis". *Management Science*, 30(9): 1078-1092.
- Barros, C.
2005 "Measuring Efficiency in the Hotel sector". *Annals of Tourism Research*, 32(2): 456-477.
- Barros, C.P.
2005 "Evaluating the efficiency of a small hotel chain with Malmquist productivity index". *International Journal of Tourism Research*, 7(3): 173-184.
- Barros, C.P. y Alves, F.P.
2004 "Productivity in the Tourism Industry". *International Advances in Economics Resources*, 10(3): 215-225.
- Barros, C.P.
2004 "A stochastic cost frontier in the portuguese hotel industry". *Tourism Economics* 10(2): 177-192.
- Barros, C. P. & Mascarenhas M.J. (2005). "Technical and allocative efficiency in a chain of small hotels", *International Journal of Hospitality Management*, 24(3), 415-436.
- Barros, C.P. y Dieke, P.U.C.
2007 "Performance evaluation of Italian airports: A data envelopment analysis". *Journal of Air Transport Management*, 13: 184-191.
- Barros, C.P.; Botti, L.; Peypoch, N. y Solonandrasana, B.
2011 "Managerial efficiency and hospitality industry: the Portuguese case". *Applied Economics*, Vol. 43 (22), 2895-2905.
- Blasco, A. y Moya, I.
2005 "Factores Económico-Financieros que inciden en la Eficiencia Temporal de las Empresas del Sector Turístico Español". *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 126: 663-688.
- Biggs, T.; Shah, M. y Srivastava, P.
1996. "Technological capabilities and learning in african enterprises". *Regional Program of Enterprise Development (RPED)*. Case Study Series, World Bank, Washington, DC.
- Botti, L.; Briec, W. y Cliquet, G.
2009 "Plural forms versus franchise and company-owned systems: a DEA approach of hotel chain performance". *Omega*, 37: 566-78.
- Brida, J.G.; Monterrubbianesi, P.D. y Zapata-Aguirre, S.
2011 "Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 9(2): 291-303.
- Brida, J.G.; Detotto, C. y Pulina, M.
2011 "How efficient is the Italian hospitalitu sector. A window DEA and truncated-Tobit analysis" Working Paper CRENoS number 201102. <http://www.crenos.unica.it/>
- Brotherton, B. y Mooney, S.
1992 "Yield management progress and prospects". *International Journal of Hospitality Management*, 11: 23-32.
- Brown, J. y Ragsdale, C.
2002 "The Competitive Market Efficiency of Hotel Brands: An Application of Data Envelopment Analysis". *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 26: 260-332.
- Charnes, A.; Cooper, W. W., y Rhodes, E.
1978 "Measuring the Efficiency of Decision Making Units". *European Journal of Operational Research*, 2: 429-444.
- Chen, C.F.
2007 "Applying the stochastic frontier approach to measure hotel managerial efficiency in Taiwan". *Tourism Management* 28(3): 696-702.
- Chen, T.
2009 "Performance measurement of an enterprise and business units with a application to a Taiwanese hotel chain". *International Journal of Hospitality Management*, 28 (3): 415-422.
- Chen, Y.S. y Chen, B.Y.
2012 "Patent indicators as output variables of DEA to evaluate the efficiency of the computer communication equipment industry in United States". *Applied Economics*, 44 (11): 1429-1432.
- Chiang, W.; Tsai, M. y Wang, L.
2004 "A DEA Evaluation of Taipei Hotels". *Annals of Tourism Research*, 31 (3): 712-715.
- Coelli, T.
1998 "A Multi-stage methodology for the solution of orientated DEA models". *Operations Research Letters*, 22: 143-149.

- Coelli, T.; Prasada Rao, D.S. y Battese, G.E.
1998 *An Introduction to Efficiency and Productivity Analysis*. Kluwer Academic Publishers.
- Cooper, W.W., Seiford, L.M. y Tone, K.
2007 *Data envelopment analysis. A comprehensive text with models, applications, references and dea-solver software* (2nd ed.). Springer.
- Davutyan, N.
2007 "Measuring the quality of hospitality at Antalya". *International Journal of Tourism Research*, 9: 51–57.
- De Jorge, J. y Suárez, C.
2008 "Evaluación de la eficiencia y la productividad de las empresas de distribución minorista en el período 1996-2002". *Cuadernos Económicos del ICE, Tribuna de Economía*, 841: 181-192.
- Donaghy, K., McMahon, U., y McDowell, D.
1995 "Yield management: an overview". *International Journal of Hospitality Management*, 14(2): 1339–1350.
- Donthu, N. y Yoo, B.
1998 "Retail productivity assessment using data envelopment analysis". *Journal of Retailing*, 74(1): 89–105.
- Emrouznejad, A., Parker, B.R. y Tavares, G.
2008 "Evaluation of research in efficiency and productivity: A Survey and analysis of the first 30 years of scholarly literature in DEA". *Socio-Economic Planning Sciences*, 42(3): 151-157.
- Fuentes, R.
2011 "Efficiency of travel agencies: A case study of Alicante, Spain". *Tourism Management*, 32, 75–87.
- Haghir, M. y Simchi, A.
2011 "A nonparametric extension of generalized quadratic Box–Cox models in measuring technical efficiency". *Applied Economics*, 43 (21): 2803-2810.
- Haugland, S.A.; Myrvtveit, I. y Nygaard, A.
2007 "Market orientation and performance in the service industry: A data envelopment analysis". *Journal of Business Research*, 60(11): 1191-1197.
- Hopenhayn, H.A.
1992 "Entry, exit and firm dynamics in long run equilibrium". *Econometrica*, 50: 1127-1150.
- Huang, Y.; Mesak, H.; Hsu, M. y Qu, H.
2012 "Dynamic efficiency assessment of the Chinese hotel industry". *Journal of Business Research* 65: 59–67.
- Hwang, S.N. y Chang, T.Y.
2003 "Using data envelopment analysis to measure hotel managerial efficiency change in Taiwan". *Tourism Management*, 24(4): 357-369.
- Illueca, M. y Martínez, L.
2002 "Crecimiento y Productividad en el Sector español de Fritas, Esmaltes y Colores Cerámicos". (RVEH) *Revista Valenciana de Economía y Hacienda*, 4(1): 129-152.
- INE-Encuesta Anual de Servicios. Varios años.
www.ine.es.
- Jovanovic, B.
1982 "Selection and the evolution of industries". *Econometrica*, 50(3): 649-670.
- Johns, N., Howcroft, B. y Drake, L.
1997 "The Use of Data Envelopment Analysis to Monitor Hotel Productivity". *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3: 119–127.
- Karafilis, C. y Papanagiotou, E.
2011 "Innovation and total factor productivity in organic farming". *Applied Economics*, 43 (23): 3075-3087.
- Keh, H.T., Chu, S. y Xu, J.
2006 "Efficiency, effectiveness and productivity of marketing in services". *European Journal of Operational Research*, 170: 265–276.
- Leibenstein, H.
1966 "Allocative efficiency vs. x-efficiency". *American Economic Review*, 56(3): 392-415.
- Lundvall, K. y Battese, G.E.
2000 "Firm size, age and efficiency: Evidence from kenyan manufacturing firms". *Journal Development Studies*, 36(3): 140-163.
- McLaughlin, C.P. y Coffey, S.
1990 "Measuring productivity on services". *International Journal of Service Industry Management*, 1(1): 46–64.
- Min H., Min H. y Joo, S.J.,
2008 "A data envelopment analysis-based balanced scorecard for measuring the comparative efficiency of Korean luxury hotels". *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 25(4): 349 - 365.
- Min, H., Min, H., Joo, S.J. y Kim, J.
2009 "Evaluating the financial performances of Korean luxury hotels using data envelopment analysis". *The Service Industries Journal*, 29 (6): 835-845.
- Morey, R. y Dittman, D.
1995 "Evaluating a hotel GM's performance: A case study in benchmarking". *Cornell Hotel Restaurant and Administration Quarterly*, 36(5): 30–35.
- Neves, J.C. y Lourenço, S.
2009 "Using data envelopment analysis to select strategies that improve the performance of hotel companies". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(6): 698 – 712.
- Oh, D., Heshmati, A. y Lööf, H.
2012 "Technical change and total factor productivity growth for Swedish manufacturing and service industries". *Applied Economics*, 44 (18): 2373-2391

- Oliveira, R.; Pedro, M.I. y Marques, R.C.
2013 "Efficiency and its determinants in Portuguese hotels in the Algarve". *Tourism Management*, 36:41-649
- Perrigot, R., Cliquet, G. y Piot-Lepetit, I.
2009 "Plural form chain and efficiency: Insights from the French hotel chains and the DEA methodology". *European Management Journal*, 27(4): 268-280.
- Pulina M., Detotto, C., y Paba, A.
2010 "An investigation into the relationship between size and efficiency of the Italian hospitality sector: a window DEA approach". *European Journal of Operational Research*, 204(3): 613-20.
- Ramanathan, R.
2003 *An introduction to Data Envelopment Analysis. A tool for Performance Measurement*. Sage Publications.
- Rubio, M. y Román, M.L.
2006 "Análisis y mejora de la eficiencia de las empresas turísticas de Andalucía". En *Informe Anual del Turismo en Andalucía* (pp. 407-451). Analistas Económicos de Andalucía. Málaga
- Sanjeev, G.M.
2007 "Measuring efficiency of the hotel and restaurant sector: the case of India". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5): 378 - 387.
- Shang, J., Hun, W., Lo, C. y Wang, F.
2008 "Ecommerce and hotel performance: three-stage DEA analysis". *The Service Industries Journal*, 28(4): 529-540.
- Sigala, M., Airey, D., Jones, P. y Lockwood, A.
2004 "ICT paradox lost? A stepwise DEA methodology to evaluate technology investments in tourism settings". *Journal of Travel Research*, 43: 180-192.
- Sigala, M., Jones, P., Lockwood, A. y Airey, D.
2005 "Productivity in hotels: a stepwise data envelopment analysis of hotels' rooms division processes". *The Service Industrial Journal*, 25(1): 61-81.
- Sigala, M. y Mylonakis, J.
2005 "Developing a data envelopment analysis model for measuring and isolating the impact of contextual factors on hotel productivity". *International Journal of Business Performance Management*, 7(2): 174-190.
- Wang, F., Hung, W. y Shang, J.
2006 "Measuring the cost efficiency of international tourist hotels in Taiwan". *Tourism Economics*, 12 (1): 5-20.
- Wijesinghe, B.S.
1993 "Breakeven occupancy for hotel operations". *Management Accounting*, 71(2): 23-33.
- Williamson, O.
1970 "Corporate Control and Business Behavior". Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Young, A.
1991 "Learning by doing and the dynamic effects of international trade". *Quarterly Journal of Economics*, 56: 369-405.
- Yu, M.M. y Lee, B.C.Y.
2009 "Efficiency and effectiveness of service business: Evidence from international tourist hotels in Taiwan". *Tourism Management*, 30 (4): 571-580.

Recibido: 29/02/2013

Reenviado: 27/05/2013

Aceptado: 05/11/2013

Sometido a evaluación por pares anónimos

BARCELOS CIDADE 2014 DO VINHO

Vinho, Património Cultural e Enoturismo em Barcelos e no Minho

Barcelos, Portugal

7 de 8 de Novembro de 2014

Simposio integrado nas Comemorações de *Barcelos: Cidade do Vinho 2014* e comemorativo do Dia Internacional do Enoturismo

Objectivos Gerais

- Reunir investigadores de distintas academias nacionais com o objectivo de discutir a importância da Vinha e do Vinho no Entre Douro e Minho, tendo em especial atenção o contributo do concelho de Barcelos na definição da actual Região Demarcada
- Analisar a temática da Herança Cultural e Patrimonial numa perspectiva interdisciplinar, reunindo contributos de Historiadores, Patrimoniólogos, Arqueólogos, Sociólogos, Enólogos, Arquitectos e Engenheiros
- Projectar contributos teóricos e práticos que possibilitem o reforço da dimensão Enoturística no Entre Douro e Minho

Contacto: anabelagaspar@cm-barcelos.pt



O uso estratégico de recursos e capacidades no setor hoteleiro: o caso Ritz Porto Alegre

Paulo Hayashi Jr. *

Universidade Estadual de Campinas - FCA/Unicamp (Brasil)

Gustavo Abib**

Universidade Federal do Paraná (Brasil)

Maria Marlene Bouscheid***

FACINTER/Uninter (Brasil)

Resumo: O Ritz Hotel de Porto Alegre (RS) é pesquisado com o intuito de tentar um melhor entendimento sobre como os recursos e capacidades possibilitam certas organizações hoteleiras competir com sucesso dentro da faixa de estratégia escolhida. A pesquisa é qualitativa, descritiva, com entrevistas semi-estruturadas e observação não participante. Foram realizadas sete entrevistas no total, sendo entrevistado o dono e todos os funcionários do hotel. As principais conclusões encontradas são que os recursos de capital humano, bem como a cultura organizacional destacam-se como fatores competitivos e operacionais. Além disso, a rede de contatos formada por antigos moradores, a internet com suas plataformas de redes sociais, assim como órgãos públicos de difusão da rede hoteleira auxiliam na renovação de seus hóspedes.

Palavras-chave: Hotel Ritz, Visão Baseada em Recursos, Estratégia Competitiva, Vantagem Competitiva.

Strategic use of sources and skills in the hotel industry: the case Ritz Porto Alegre

Abstract: This paper tries to elucidate how the Ritz Hotel in Porto Alegre (Brazil) compete successfully with its resources and capabilities within the range of the chosen strategy. The research is qualitative, descriptive with semi-structured interviews and non-participant observation. All the employees and the owner were interviewed. Among the main conclusions reached were the importance of human capital and organizational culture as competitive and operational resources. In addition, the network of contacts formed by former residents, the internet as well as government agencies contribute in the renovation of hotel guests.

Key-words: Hotel Ritz, Resource-Based View, Competitive Strategy, Competitive Advantage

1. Introdução

O turismo é uma das indústrias que mais cresce no Brasil (MTUR, 2010). Existe uma forte correlação entre o ambiente econômico e a expansão da atividade turística. Historicamente, o crescimento da chegada de turistas internacionais e a mobilidade dos turistas nacionais no Brasil têm superado o cres-

cimento da economia. No período de 1975 a 2000, o Turismo teve um crescimento médio de 4,6% ao ano, enquanto o crescimento econômico mundial médio, medido pelo PIB, foi de 3,5% ao ano (MTUR, 2010). Devido a este expressivo crescimento, a indústria do turismo, em especial a hotelaria / hospitalidade, tem sido objeto de estudo em pesquisas nacionais (Gimenez; Gimenez, 2010; Gohr; Santos, 2010) e

* Professor da Universidade Estadual de Campinas - FCA/Unicamp. Email: paulo.hayashi@hotmail.com

** Professor da UFPR. E-mail: gustavo.abib@gmail.com

*** Especialista em Gestão Pública e Gerência de Cidades pela FACINTER/Uninter. E-mail: marlene.bouscheid@hotmail.com

também internacionais (Dahlstron et al., 2009; Ekiz; Koo-Lattimore, 2011).

O setor hoteleiro brasileiro acompanha esta expansão turística nacional, sendo observado o surgimento de inúmeros hotéis, alguns de administração familiar e outros ligados a grandes redes nacionais e internacionais. Expressivo o dado que aponta que 90% das empresas de hospedagem são micros e pequenos estabelecimentos que contam com até 19 pessoas empregadas (MTUR, 2006). Neste contexto, a sobrevivência destes hotéis é muito importante para o setor. Questiona-se neste sentido como os recursos e capacidades são configurados e utilizados pelos pequenos hotéis para operacionalizar suas estratégias e práticas organizacionais.

No começo da década de 1980, Porter lança o seu conhecido livro “Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência” e se torna referência na área. Com isso, a questão estratégica principal é a de encontrar o melhor posicionamento em uma dada indústria. Mantém-se ainda a distinção clássica entre onde competir (estratégia corporativa) e como competir (estratégia competitiva), mas agora com ênfase em questão de liderança em custos, enfoque e/ou diferenciação. Todavia, na abordagem Porteriana há uma “caixa preta” que são os elementos que dão sustentação interna à estratégia. Como se chega à estratégia de diferenciação, de liderança em custos ou de enfoque? Como se diferenciar ou economizar nos custos? O autor tenta responder tais questões apenas no segundo livro de 1985. Nele há o aparecimento da cadeia de valor que são as atividades internas que possibilitam estruturar e manter as tais estratégias. Por meio da cadeia de valor é possível chegar até as estratégias competitivas e conseqüentemente, competir corretamente. Deste modo, Porter (1985) procura abrir a “caixa preta” da organização. Entretanto, ele não está sozinho nesta tarefa, sendo que a abordagem da VBR – Visão Baseada em Recursos - procura fazer o mesmo. Pela VBR, a competitividade da empresa depende da heterogeneidade e mobilidade imperfeita dos seus recursos (Wernerfelt, 1984; Peteraf, 1993). Todavia, a VBR não despreza a indústria, mas tentar unir forças com ela para aumentar o seu poder explicativo da realidade e dos fenômenos estratégicos, bem como alinhar a firma com o consumidor (Priem, 2007).

Para Gimenez *et al.* (1999), a estratégia é fenômeno complexo e dificilmente tem um fator singular como responsável. Dessa forma, as aproximações entre teorias (Porter e a VBR) são passíveis de intercâmbios e diálogos, bem como são recomendadas para que seja possível ter teorias mais robustas para explicar os fenômenos multivariados da realidade. De acordo com McCloskey (*apud* Mahoney;

Pandian, 1992) boa ciência é feita com bons diálogos entre pessoas com boas idéias. Assim, fazendo uma revisão de 10 anos da área, Barney (2001) esclarece que parte da maturidade da literatura estratégica é devida a postura de abertura e diálogo, sendo talvez por isso a VBR considerada como a principal abordagem estratégica em uso (Foss, 2005). Todavia, Bertero, Vasconcelos e Binder (2003) observam que há pouca familiaridade dos nossos pesquisadores brasileiros com estratégias do tipo VBR e outras de cunho econômico (excluindo Porter); o que iria contra o *mainstream* de pesquisas estratégicas em nível mundial conforme levantamento de Hafi e Thomas (2005). Todavia, tal situação parece estar melhorando conforme mostram os dados preliminares de Serra (2007).

Desse modo, o artigo tem como objetivo verificar como os recursos e capacidades são configurados e utilizados pelo Hotel Ritz de Porto Alegre para operacionalizar suas estratégias e práticas organizacionais. Ademais, advoga-se que a vantagem competitiva não está no uso exclusivo de um ou outro recurso, mas na sua configuração dinâmica e processual, ainda que haja pesos e valores diferentes para cada recurso. Como destaca Pettigrew (1997), a importância da análise processual reside na produção de um estudo de caso de forma a interagir e interpolar contextos, processos, resultados, pessoas e ações na (re)construção de estratégias ao longo do tempo e história.

O nosso caso em questão é o pequeno hotel Ritz de Porto Alegre que apresenta ambiente peculiar, sendo que os recursos coletivos se destacam para possibilitar um ambiente informal de mais liberdade e responsabilidade por parte dos funcionários. É importante destacar a sua independência e não ligação com o famoso hotel homônimo de Paris, apesar do nome prestar sua homenagem. Pela sua peculiaridade o hotel Ritz de Porto Alegre favorece o estudo de caso único aprofundado. Rouse e Daellenbach (2002) defendem a utilização de pesquisas qualitativas de caso único de sucesso para estudar os recursos importantes para o desempenho diferenciado. Ou seja, pesquisa de VBR com caso único possibilita adentrar no *black-box* organizacional, elucidando aspectos difíceis e complexos, principalmente pelas inter-relações dos recursos (Rouse; Daellenbach, 2002). O caso único aprofundado oportuniza uma descrição mais densa do fenômeno, adotando-se também o pressuposto de que tanto a organização quanto o fenômeno estudado são complexos.

Deste modo, a presente pesquisa é qualitativa e descritiva, sendo utilizado o estudo aprofundado de caso único. A coleta dos dados primários é realizada por meio de entrevistas semi-estruturadas e observação não participante. Os dados são analisados por

meio de análise de conteúdo com temas previamente definidos (os recursos, capacidades e hierarquias). Também há utilização de dados secundários e técnica de triangulação para esmerilhar as informações, assegurando sua validade. Na parte final do trabalho procura-se sugerir novas pesquisas que possam enriquecer o campo estratégico, bem como os estudos em pequenas empresas.

2. Estratégia e a Visão Baseada em Recursos

Apesar do recente interesse pela abordagem VBR, ela não é nova. Segundo Barney (1996), ela remonta as ideias do começo do século XIX de David Ricardo acerca da propriedade terras como um recurso primordial no fornecimento de riquezas. Dentro da microeconomia, a VBR ganha corpo teórico com o trabalho de teoria de crescimento da firma de Edith Penrose de 1959. Na Administração, a VBR vem recebendo muitos interesses, principalmente a partir da década de 90. Alguns dos trabalhos pioneiros na área são: Wernerfelt (1984), Barney (1991, 1996), Peteraf (1993), Conner (1991), Mahoney (1992), Conner e Prahalad (1996), Mahoney e Pandian (1992), Dierickx & Cool (1989), Grant (1991), Schulze (1994), Brumagin (1994).

A premissa principal da VBR é que a heterogeneidade (por meio de seu uso, composição, interação, renovação) de recursos conduz aos resultados da empresa. E ainda, que tais recursos não são transferidos para outras organizações sem custos (Schulze, 1994). Recursos são todos os elementos vinculados de forma semipermanente e controlados pela empresa e que a capacita de conceber e executar estratégias de modo a obter e/ou manter certa posição competitiva (Barney, 1996; Barney; Hesterly, 1996). Schulze (1994) define recursos de maneira mais pontual como sendo os elementos que participam do processo produtivo, tais como: máquinas e equipamentos, habilidades dos trabalhadores, marcas e patentes, etc. Já Barney (1996) considera como recursos todos os ativos, as competências, o processo organizacional, os atributos e as informações da empresa, o conhecimento, enfim uma ampla gama de ativos que pertencem à empresa. Por sua vez, Wernerfelt (1984) distingue entre recursos tangíveis e intangíveis. Outro trabalho importante na conceituação dos recursos é apresentado por Kay (1996), permitindo extrapolar os recursos além da produção como aqueles que permitem a interação da firma com outras organizações. Assim, o autor sugere como recursos a reputação, a habilidade de relacionamento, a capacidade de inovação e os ativos estratégicos. Este último recurso é composto por situações de monopólio (natural e/ou legal) e quase-monopólio

(estrutura de custos e/ou patentes). O Quadro 1 procura listar os principais recursos:

Quadro 1 – Tipos de recursos

Recursos Tangíveis	Recursos Intangíveis
Financeiros	Conhecimento
Prédio	Relacionamentos
Equipamentos	Cultura Organizacional
Matéria-Prima	Arquitetura Estratégica
Produtos em Processo	Reputação
Produtos Acabados	Tecnologia
Recursos Humanos	Marca
	Ativos Estratégicos

Fonte: adaptado de Grant (1991), Barney (1996), Kay (1996)

Diferentemente dos autores anteriores, Brumagin (1994) propõe uma divisão dos recursos baseada em níveis, sendo que há, implicitamente, uma questão temporal. Ou seja, recursos do primeiro nível estão mais relacionados as atividades diárias, operacional, de curto prazo, enquanto que recursos de níveis mais elevados são destinados as atividades de permanência da empresa no médio e longo prazo. O Quadro 2 sintetiza os níveis hierárquicos dos recursos de Brumagin (1994):

Quadro 2 – Hierarquia dos recursos

Recursos 4º nível	Recursos que suportam a visão estratégica que dirige as atividades corporativas. Estes recursos suportam: o desenvolvimento da visão, o compartilhamento da visão e a implementação da estratégia.
Recursos 3º nível	Recursos que suportam a aprendizagem organizacional direcionada a melhor utilização dos recursos da organização. Estes recursos respaldam: a inovação organizacional e as implementações relacionadas às mudanças organizacionais.

Recursos 2º nível	Recursos que suportam as competências administrativas para integrar várias unidades estratégicas de negócio. Estes recursos respaldam: sinergias organizacionais.
Recursos 1º nível	Recursos que suportam os processos de produção/manutenção das unidades básicas de negócio. Estes recursos suportam as atividades meio-processamento-fim das unidades de negócio.

Fonte: Brumagin (1994)

O equilíbrio entre recursos dos diversos níveis é requerido como forma de manutenção e progresso da organização ao longo do tempo.

Na próxima seção passaremos a descrever o método utilizado na presente pesquisa.

3. Descrição do método de pesquisa

Esta pesquisa é de cunho qualitativo, tratando-se de um estudo aprofundado de caso único, *ex-post facto*, com intenções descritivas e avaliação transversal. A seleção desse caso foi condicionada pelo acesso aos três níveis hierárquicos da empresa, ou seja, permitiu acesso completo do pesquisador na empresa nos níveis estratégico, tático e operacional, além de ser um hotel tradicional no seu segmento e nicho de atuação. O nível de análise é o organizacional e a unidade de análise, os recursos da empresa pesquisada. Segundo Goldenberg (1997), o estudo de caso vem da tradição de pesquisa das áreas médica e psicológica e busca o conhecimento do fenômeno por meio de sua exploração intensa, sendo considerado uma abordagem holística. Ou seja, o estudo de caso é opção de pesquisa quando se quer pesquisar em profundidade uma ou mais organizações e com grande quantidade de informações e riqueza de detalhes, visando a apreender a (quase) totalidade da situação (Bruyne et al., 1991; Triviños, 1994). E para Gimenez (2001) o estudo de caso é ferramenta poderosa para conseguir entendimentos mais abrangentes de fenômenos complexos.

As contribuições da metodologia qualitativa que motivaram a escolha para a presente pesquisa foram: i) a necessidade de sair a campo para descobrir o que realmente está acontecendo; ii) a relevância da teoria,

baseada em dados, para o desenvolvimento do campo; iii) a complexidade e a variabilidade dos fenômenos de hospitalidade; iv) a crença de que as pessoas são atores que assumem um papel ativo para responder a situações cotidianas; e v) a busca pela compreensão dos recursos e capacidades (Strauss; Corbin, 2008).

4. Coleta e análise dos dados

Sabe-se que o estudo de caso pauta-se em múltiplas fontes de evidência e múltiplas técnicas de coleta de dados. Yin (2001) lista as cinco maiores fontes de evidência: documentos, arquivos gravados, entrevistas, observação direta e artefatos físicos.

Para essa pesquisa foram coletados dados oriundos das cinco fontes de evidência. Estão sendo utilizados dados primários coletados principalmente por meio de entrevistas semi-estruturadas com os todos os colaboradores do hotel. No total foram sete entrevistas gravadas com o dono e demais funcionários. Além das entrevistas são realizadas notas de campo por meio de observação não participante. Um dos co-autores morou um mês no hotel durante sua estadia na cidade, além de várias outras visitas ocasionais. As outras fontes de evidência foram: publicações especializadas do setor (documentos), *homepage* da empresa (artefato físico), documentos oficiais e administrativos como material de apoio do hotel, do sindicato, material de propaganda, entre outros.

A análise é feita por meio da análise de conteúdo com categorias previamente definidas e com objetivos de apenas analisar as características do texto sem fazer inferências aos motivos, ou mudanças temporárias do emissor (Richardson *et al.*, 1999). Dentro da análise de conteúdo é utilizada a análise temática que consiste em isolar temas de um texto e compará-los com outros textos escolhidos (Bardin, 1979). Ademais, como o estudo de caso tipo Yin (2005) valoriza o uso de múltiplas fontes de dados é importante que haja o uso de técnica de triangulação para verificar a coerência dos dados e aumentar a validade do estudo.

De acordo com Jick (1979), a triangulação vem da área de navegação e da estratégia militar e utiliza diferentes pontos de referência para localizar a posição de um objeto. Com a triangulação também é possível ao pesquisador alcançar o que se costuma chamar de “descrição densa”, “trabalho holístico” (Jick, 1979), ou ainda, uma significação convergente (Bonoma, 1985).

5. Apresentação e análise dos dados

O pequeno hotel Ritz está localizado no centro da cidade de Porto Alegre e perto do complexo

Quadro 3 – Descrição dos principais recursos do Hotel Ritz/Porto Alegre

Tipos de recursos	Situação e Descrição
Financeiros	Frágil: a organização trabalha próximo do ponto de equilíbrio, sendo que as mudanças físicas e atualizações de equipamentos são feitas conforme o fluxo de entrada de caixa.
De Capital Humano	Adequado. Há o treinamento realizado pelo sindicato dos profissionais de hotelaria da cidade, bem como há valorização de competências individuais como língua estrangeira e iniciativa de melhorias. Ademais, há baixa rotação de funcionários.
Organizacional	Recursos Coletivos Muito adequado. Destaque para a cultura da organização, sendo que o foco de quem é o cliente e as maneiras para atendê-lo estão disseminadas. Além disso, há clima de confiança entre os funcionários e certa independência deles na operacionalização dos trabalhos.
	Arquitetura estratégica Moderado. Se por um lado é fraca em termos de parcerias do hotel com outros estabelecimentos, ou órgãos de fomento ao turismo, por outro é forte em torno de propaganda “boca a boca”, principalmente em termos de ex-moradores e ex-hóspedes. Destaca-se também a inclusão do hotel no guia de viagens <i>Lonely Planet</i> .
Físicos	Moderado. O hotel não apresenta banheiros em todos os quartos. Além disso, prédio é alugado. Todavia, o prédio foi reformado há pouco tempo e a pintura é recente. Há um grande pátio com muitas mesas e cadeiras na parte principal do interior do hotel.
Tecnologia	Fraco. Há poucos investimentos tecnológicos. Não há nem televisão, ou ventilador em todos os quartos, tampouco frigobar e ar-condicionado. Ademais, os controles de entrada-saída são feitos ainda em fichas e cadernos de registro, bem como os controles de estoque e de fluxo de caixa. Não se aceita cartões de crédito e dentro dos quartos encontram-se apenas os itens básicos de mobília. Muitos quartos possuem ventiladores e televisões, mas nem todos. Há apenas um computador como suporte à gerência.
Reputação	Adequado. O hotel apresenta boa reputação para o público dela.
Inovação	Pouca ou nenhuma inovação.
Ativos Estratégicos	A estrutura de custos é enxuta.

hospitalar da Santa Casa e do campus central da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Essa localização orienta os serviços do hotel ao atendimento de estudantes com preços especiais para hóspedes mensalistas. Além disso, como o hotel já foi filiado ao Albergue da Juventude, muitas pessoas vêm por meio disso e costuma-se dar desconto as pessoas com carteirinha de alberguista. A propaganda “boca a boca” é recorrente no hotel, onde muitas pessoas (ex-hóspedes, ex-moradores) indicam o Ritz e não raramente voltam a ele para fazer uma visita e rever os amigos (hóspedes e/ou funcionários) que ainda estão no hotel. Além disso, a empresa recebe muitos estrangeiros devido a sua indicação no guia de viagens *Lonely Planet*. Para dar conta dos estudantes, viajantes, mochileiros, o hotel conta com 36 quartos, sendo que 2/3 são

apartamentos com banheiro interno e o restante são quartos com banheiro coletivo.

Trabalham no hotel, além do dono, seis funcionários e uma diferença em relação a outros hotéis é o clima de informalidade. Conforme uma das conversas, o Ritz é um hotel de difícil classificação, pois ele não se enquadra nos padrões convencionais do setor e também não é pensão por oferecer serviços de hotel. Ou seja, a empresa mescla o profissionalismo com a informalidade própria de ambientes familiares.

Este clima é reforçado pela estrutura física e principalmente, pela cultura da organização. A sala de televisão e a cozinha coletiva são apenas alguns exemplos. Os hóspedes podem fazer uso da sala que é equipada com televisão, tv a cabo, sofás. Além disso, há uma ampla janela que permite

assistir a televisão do saguão interno do hotel. Já a cozinha pode ser utilizada pelos hóspedes para fazer suas refeições, bem como há geladeiras que possibilitam a guarda de alimentos perecíveis. O uso das dependências coletivas é restrito no horário (até meia-noite) e deve-se manter um nível mínimo de barulho para não atrapalhar outros hóspedes. A informalidade e a proximidade entre as pessoas não devem representar abuso de liberdade. Além disso, o hotel apresenta sua estrutura física em forma de um grande “V”. Ele é formado por duas alas de dois andares cada, sendo que entre as alas existe a formação de um grande espaço utilizado para mesas e cadeiras que compõe o saguão interno do hotel. Ele é um dos ambientes responsáveis pela socialização dos hóspedes do hotel. A pintura é nova, bem como os sistemas de escoamento de água e as placas de sinalização. A cozinha foi reformada recentemente, bem como os quartos e a recepção. Como o prédio é alugado, não se pode mudar a estrutura física, ou realizar mudanças mais profundas. O ambiente apresenta ainda flores e plantas que transmitem a sensação de calma e tranquilidade. Antes da compra pelo atual proprietário, o hotel era um convento e hospedaria religiosa destinado a dar abrigo aos viajantes da Santa Casa. Além do saguão, também é possível utilizar a cozinha para fazer jantãs “coletivas” e/ou lanches. É importante destacar que o serviço de café da manhã acompanha o estilo “fit service”, ou seja, conforme a vontade e disposição do cliente. Para facilitar o entendimento, o Quadro 3 resume os principais recursos do hotel:

Conforme a análise dos dados, o hotel é um ponto de residência para muitas pessoas que, na sua maioria, são estudantes e que vêm em busca de um lugar simples, mas confortável e seguro pra ficar. Por exemplo, há pessoas que estão no hotel há mais tempo que o próprio dono atual da instituição (o dono comprou o hotel há 13 anos).

A limpeza e a segurança são valorizadas. As duas camareiras que trabalham no hotel estão há cerca de 10 anos na organização. Além das camareiras, conta-se com mais quatro pessoas na recepção, sendo uma delas responsável pela gerência. O ambiente familiar e a localização são os fatores destacados pelos respondentes como os principais itens de destaque do hotel. Todavia, o ambiente “familiar” também pode ser problemático e um dos respondentes alerta que é preciso saber “colocar limites”, pois é necessário deixar claro para os hóspedes que os funcionários são amigos, mas ainda assim são os responsáveis pelo bem estar de todos e não de um, ou outro hóspede em específico. Os hóspedes que não se enquadram no padrão do hotel podem ser até convidados a se retirar do estabelecimento. Por exemplo, foi relatado que uma hóspede chegou “bêbada” e que logo que ela se recuperou da

bebedeira foi imediatamente convidada a deixar o hotel, bem como os valores pagos em antecipação foram devolvidos. O cuidado de manter este ambiente é reforçado pelas conversas de muitos entrevistados, sendo uma ideia recorrente é a do hotel como uma instituição social, onde o lucro não fica em primeiro lugar. A questão ética e de responsabilidade foram destacados como aspectos culturais da organização. Por isto, reforça-se a seleção dos hóspedes como uma maneira de manter o clima organizacional do hotel. Além disso, os recepcionistas têm poder de vetar a entrada de pessoas que não acham propícias ao hotel. Ou conforme uma das entrevistas “priorizamos outros tipos e valores”. É preciso destacar que o dono é uma pessoa aposentada, estrangeira (uruguaio) e que ele próprio reside no hotel. A influência do dono sobre a cultura de uma empresa de pequeno porte é algo documentado pela literatura (Gimenez *et al.*, 1999).

Outra maneira de se valorizar o ambiente organizacional é a proibição de se trazer para dentro do quarto pessoas que não estão hospedadas no hotel, principalmente em termos do sexo oposto. Ao contrário dos casos de familiares, pois algumas famílias vêm para Porto Alegre para conhecer o ambiente onde está morando o filho e/ou a filha. E os próprios funcionários sentem-se responsáveis pela tutela da pessoa. Por isto, quando alguns hóspedes vão viajar, eles procuram avisar para que não haja preocupação por parte dos funcionários.

Como os recursos tecnológicos do hotel são bem restritos, é necessário compensar por outro lado. No caso do Ritz: portaria 24 horas, o uso do saguão, da cozinha, da sala de televisão, a qualidade de prestação de serviços, a limpeza do ambiente, a confiança e segurança. O hotel trabalha com proposta diferenciada e por isso, sua rotação de hóspedes é baixa. Sua cultura é de relações humanas próximas e não distanciadas. Não se usa a linguagem formal típica de hotéis, mas tampouco se deixa levar por linguagem popular. A idade do dono e dos funcionários é muito superior a dos frequentadores do hotel. Seus hóspedes, na sua maioria, são estudantes, muitos em nível de mestrado e doutorado, e ainda que em pouco número, os funcionários conseguem atender pessoas de diferentes idiomas (fala-se o inglês e o espanhol no hotel). A reputação da empresa segue como sendo um hotel cordial com ambiente limpo, seguro e bom atendimento. Além da propaganda boca a boca, também a propaganda é feita por meio da internet (*homepage*) e principalmente por meio de órgãos como secretaria de turismo (rodoviária, aeroporto), a própria universidade federal, taxistas, etc. A rede de contatos informal é adequada para a proposta de oferecer ao público-alvo um conjunto de serviços (segurança, limpeza, atendimento) em um ambiente informal e de confiança.

Quadro 4 – Hierarquia de recursos do Ritz/Porto Alegre

Recursos 4º nível	O Ritz apresenta um alto compartilhamento da visão enquanto maneira de operacionalizar o atendimento ao cliente. Todavia, não há uma visão estratégica formada.
Recursos 3º nível	Há baixos níveis de recursos relacionados à inovação e a aprendizagem.
Recursos 2º nível	Os recursos do Ritz para este nível baseiam-se na competência do indivíduo e nas rotinas moldadas pela cultura organizacional.
Recursos 1º nível	O hotel apresenta recursos tecnológicos e físicos simples. Destaque para a reputação do hotel, principalmente em termos de propaganda “boca-a-boca”.

A estratégia da organização segue numa linha que pode ser considerada defensiva por Miles & Snow (1978) ou de enfoque para Porter (1980), pois pretende atingir um público bem definido, procurando atender cada vez melhor a parcela de mercado que se propôs a servir. Há um bom comprometimento da organização para com o seu cliente-alvo sem querer ser inovadora. O Ritz possui assim, de maneira adequada, os recursos tidos como de 1º e 2º nível na classificação de Brumagin (Quadro 4). Todavia, falta ainda um maior incremento dos níveis mais estratégicos destinados ao aperfeiçoamento futuro, inovação e expansão. Deste modo, percebe-se certo alinhamento da hierarquia dos recursos com a estratégia defensiva utilizada pelo hotel.

Enfim, dentro do seu espaço, o Ritz consegue se manter bem posicionado, com taxa de ocupação alta, entregando aquilo que se propôs aos seus clientes, mas com ressalvas ao futuro, pois as deficiências de recursos estratégicos de Brumagin (1994) torna sua sobrevivência incerta, mesmo que, paradoxalmente, adote uma estratégia defensiva.

6. Debates e aprofundamentos

Dentro da literatura de VBR, a heterogeneidade e a mobilidade imperfeita dos recursos são as premissas básicas para essa abordagem estratégica. No presente estudo, apresenta-se o hotel Ritz como organização peculiar em seus recursos e posicionamento. O interessante é verificar que não se reside em um ou em outro recurso específico à condição competitiva da empresa, mas no seu conjunto, na sua configuração e sinergia. Alinha-se aqui o trabalho com a abordagem holística e processual de análise estratégica (Hafsi; Thomas, 2005; Pettigrew, 2007).

Para o Ritz, o valor humano se sobressai, bem como os recursos coletivos. A cultura organizacional também aponta questões de relacionamento do tipo familiar, de informalidade e socialização. Ademais, a restrição tecnológica (frigobar, televisão) nos quartos faz com que haja uma maior movimentação nos espaços sociais (sala de televisão, saguão e cozinha coletiva). Isso favorece a construção

de uma arquitetura estratégica positiva ao Ritz. Além disso, há uma clara definição do público-alvo (segmentação) e o uso dos recursos para atender a esse tipo de cliente, assim como vir de encontro ao custo *versus* benefícios esperados.

Os processos internos do hotel, tais como limpeza dos quartos e pagamento são favorecidos pela cultura amigável, pois se flexibiliza a limpeza, por exemplo, para os horários nos quais os hóspedes estão em aula na universidade, o mesmo acontecendo com o pagamento da mensalidade. Outro ponto é o auxílio prestado pelos hóspedes mais antigos àqueles que estão ingressando na universidade, ou que pouco conhece sobre a cidade. A reciprocidade de ajuda é uma forma não apenas de coleguismo, mas também de “pagamento” por ajudas recebidas no passado. A coparticipação dos hóspedes no auxílio aos outros hóspedes é uma forma de sinergia entre a organização e seu próprio público-alvo, o que permite talvez até incluí-la como uma nova categoria de recursos dentro da teoria da VBR.

7. Considerações finais

O presente trabalho teve como propósito verificar os recursos e capacidades que possibilitam a competitividade do Hotel Ritz de Porto Alegre. A abordagem estratégica da Visão Baseada em Recursos (VBR) é utilizada por permitir o estudo aprofundado da organização nos seus aspectos intrínsecos, processuais e holísticos. Por recursos entendem-se os ativos tangíveis e intangíveis que são vinculados de forma semipermanente à empresa (Wernerfelt, 1984).

O Ritz adota uma visão defensiva (Miles; Snow, 1978) e se baseia na cultura como elemento diferenciador, o que possibilita aproximar funcionários e hóspedes em uma estrutura física favorável à socialização. Ademais, é importante frisar que o tipo de público (estudantes, mensalistas) favorece a socialização entre eles e que a possibilidade do uso de ambientes comuns (cozinha, sala de tv, saguão) também favorece o processo. Assim sendo, a VBR quando dialogada com outras perspectivas teóricas, no caso as estratégias competitivas de Porter (1980) e de Miles e Snow (1978), possibilita uma maior

riqueza nos detalhes e entendimento da maneira como as organizações encontram formas de competir e se manter no mercado. Todavia, como demonstrado pela hierarquia de recursos de Brumagin (1994), o hotel concentra seus recursos nos níveis mais operacionais, o que evidencia não apenas uma carência em relação à visão estratégica de crescimento, bem como de aprendizagem e inovação. O que contrasta com o nome Ritz. Assim, o caso Ritz Porto Alegre torna-se um caso peculiar de hotel, onde a carência de recursos físicos e tecnológicos é equilibrada por meio do tratamento humano e familiar entre funcionários e hóspedes. Além disso, a localização e história explicam, em partes, o nicho de mercado escolhido por este pequeno hotel que se diferenciou e ainda assim, mantém uma estrutura enxuta de custos. Tal “paradoxo” porteriano pode até ser estendido como uma estratégia do “oceano azul”, onde a concorrência se torna irrelevante. Não há “commoditização”, muito menos “briga de foices” entre concorrentes, mas há a formação de um novo padrão ou jeito de fazer negócio no setor hoteleiro (Kim; Mauborgne, 2005). Fica assim a navegação sobre o “oceano azul” como sugestão de pesquisas futuras, bem como a utilização de pesquisas processuais com a VBR como meio de expansão do conhecimento sobre como pequenos hotéis podem competir com sucesso. Ainda como agenda, sugere-se identificar novas formas de gerenciamento dos recursos e capacidades visando a competitividade do setor de turismo.

Como limitação do estudo aponta-se a limitação do estudo de caso único, assim como o viés dos pesquisadores.

Bibliografia

- Bardin, L.
1979 Análise de conteúdo. Lisboa, Edições 70.
- Barney, J.
1991 “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”. *Journal of Management*. 17: 99-120.
- Barney, J.
1996 Gaining and sustaining competitive advantage. Reading – MA: Adisson Wesley.
- Barney, J.
2001 “Resource-based theories of competitive advantage: a ten-year retrospective on the resource-based view”. *Journal of management*. v.27, 643-650.
- Barney, J. y Hesterly, W.
1996 “Organizational economics: understanding the relationship between organizations and economic analysis”. En CLEGG, S.R.; HARDY, C.; NORD, W.R. (ed.) *Handbook of organization studies*. London: Sage Publications.
- Bertero, C.O., Vasconcelos, F.C., y Binder, M.P.
2003 “Estratégia empresarial: a produção científica brasileira entre 1991 e 2002”. *Revista de Administração de Empresa*. v. 43, n. 4.
- Bonoma, T.V.
1985 “Case research in Marketing: opportunities, problems and a process”. *Journal of Marketing Research*. 22, May.
- Brumagin, A.L.
1994 “A hierarchy of corporate resources”. En: SHRIVASTAVA, P.; HUFF, A. S.; DUTTON, J. E. *Advances in strategic management*. Greenwich: Jai Press.
- Bruyne, P. de, Herman, J. y De Schoutheete, M.
1991 *Dinâmica da Pesquisa em Ciências Sociais*. São Paulo: Francisco Alves.
- Conner, K.R.
1991 “A historical comparison of resource-based theory and five schools of thought within Industrial Organization Economics: Do we have a new theory of the firm?” *Journal of management*. v.17, n. 1, 121-154.
- Conner, K.R. y Prahalad, C.K.
1996 “A resource-based theory of the firm: knowledge versus opportunism”. *Organization Science*, v. 7, n. 5.
- Dahlstron, R., Haugland, S., Nygaard, A. y Rokkan, A.
2009 “Governance structures in the hotel industry”. *Journal f Business Research*. v.62, n.8, p. 841-847, ago.
- Dierickx, I. y Cool, K.
1989 “Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage”. *Management Science*, v.35, n. 12.
- Ekiz, E.H. y Koo-Latimore, C.
2011 “Factors influencing organizational responses to guest complaints: Cases of Hong Kong and North Cyprus. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. v.20, n.3, p. 673-705.
- Foss, N.
2005 “Scientific Progress in Strategic Management: the case of the resource-based view”. Working paper SMG WP 11.
- Gimenez, F.A.P.
2001 “O Estudo de caso como uma estratégia de pesquisa em estudos organizacionais”. Texto de trabalho. Maringá: UEM.
- Gimenez, F.A.P. et al.
1999 *Estratégia competitiva de pequenas empresas varejistas*. In: Felissoni, Claudio. (Org.) *Varejo Competitivo*. São Paulo: Atlas.
- Gimenez, S.C. y Gimenez, F.A.P.
2010 “Atitude Empreendedora e Estratégia em Pequenos e Médios Hotéis”. *Revista Turismo Visão e Ação*. V.12, n.1, p.49-72, jan/abr.
- Goldenberg, M.
1997 *A arte de pesquisar*. São Paulo: Record.

- Gohr, C.F. y Santos, L.C.
2010 “Estratégias Competitivas para Empresas Turísticas: um estudo no setor hoteleiro de um município do litoral catarinense”. *Turismo em Análise*. V.21, n.2, ago.
- Grant, R.M.
1991 “The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation”. *California Management Review*, 33(3): 114-135.
- Hafsin, T. y Thomas, H.
2005 “The field of strategy: in search of a walking stick”. *European Management Journal*. v. 23, n.5, 2005.
- Jick, T.D.
1979 “Mixing qualitative and quantitative methods: triangulation in action”. *Administrative Science Quarterly*, v.24, n.4, Dec.
- Kay, J.
1996 *Fundamentos do sucesso empresarial*. Rio de Janeiro: Câmpus.
- Kim, W.C. y Mauborgne, R.
2005 *A Estratégia do Oceano Azul*. Rio de Janeiro: Editora Elsevier.
- Mahoney, J.T.
1992 “Organizational Economics within the conversation of strategic management”. En *Advances in strategic management*. v.8. Greenwich: JAI Press.
- Mahoney, J.T. y Pandian, R.
1992 “The resource-based view within the conversation of strategic management”. *Strategic Management Journal*. v.13, 363-380.
- Miles, R.E. y Snow, C.C.
1978 *Organizational strategy, structure, and process*. New York: McGraw-Hill Book Co.
- Ministério do Turismo (Mtur)
2010 “Turismo no Brasil: 2011 – 2014”. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/downloads_outrosetudos/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf
Acesso em 09/11/2011.
- Ministério do Turismo (Mtur)
2006 “Meios de hospedagem: Estrutura de Consumo e Impactos na Economia” – São Paulo. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/meios_hospedagem/downloads_meios_hospedagem_economia/Relatorio_Executivo_-_Meios_de_Hospedagem_-_Estrutura_de_Consumo_e_Impactos_na_Economia.pdf
Acesso em 10/11/2011.
- Mintzberg, H., Ashlstrand, B. y Lampel, J.
2000 *Sáfari de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico*. Porto Alegre: Bookman.
- Peteraf, M.
1993 “The cornerstones of competitive strategy: a resource-based view”. *Strategic Management Journal*, 14.
- Pettigrew, A.M.
1997 “What is a processual analysis”. *Scand. J. Mgmt.* v.13, n.4.
- Porter, M.E.
1980 *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Porter, M.E.
1985 *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. N.Y.: Free Press.
- Priem, R.L.
2007 “A consumer perspective on value creation”. *Academy of Management Review*, v. 32, n.1.
- Richardson, R.J. et al.
1999 *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Rouse, M.J. y Daellenbach, U.S.
2002 “More thinking on research methods for the resource-based perspective”. *Strategic Management Journal*, v.23, p. 963-967.
- Rumelt, R.P.
1991 “How much does industry matter?” *Strategic Management Journal*, 12: 167-185.
- Schulze, W.S.
1994 “The two schools of thought in resource-based theory”. En SHRIVASTAVA, P; HUFF, A. S.; DUTTON, J. E. *Advances in strategic management: resource-based view of the firm* (v. 10). Greenwich: Jai Press.
- Serra, F.A.R. et al.
2007 “Evolução da Pesquisa Brasileira em Resource-Based View (RBV): Estudo dos EnANPAD na Área de Estratégia entre 1997 – 2006”. Working paper IPL, May.
- Triviños, A.N.S.
1994 *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais*. São Paulo: Atlas.
- Wernerfelt, B.
1984. “A resource-based view of the firm”. *Strategic Management Journal*. 5: 171-180.
- Wright, P. et al.
2000 *Administração estratégica: conceitos*. São Paulo: Atlas.
- Yin, R.K.
2005 *Estudo de Caso: Planejamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman.

Recibido: 29/10/2012
Reenviado: 17/04/2013
Aceptado: 01/07/2013
Sometido a evaluación por pares anónimos



IGCAT

International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism

Regional Gastronomy: Between tradition and innovation?

A meeting organised by the ATLAS Tourism and Gastronomy Group; With the support of: The International Institute for Gastronomy, Culture, Art and Tourism (IGCAT)

Ponte da Lima, Alto Minho, Portugal | 29-30 May 2014

IGCAT and ATLAS are therefore organising a meeting in Portugal in May 2014 to bring together practitioners and academics to consider these issues. We therefore welcome input from those involved in the tourism and gastronomy fields in the form of academic papers or practice viewpoints around the following themes:

- Links and contrasts between tradition and innovation in gastronomy
- The attractions of regional gastronomy and food for tourists
- Synergies and frictions between food, gastronomy, culture and tourism
- The development of new business models in gastronomy
- Links between agriculture, food production and tourist consumption
- The role of events in supporting local food cultures
- The contribution of the cultural, creative and artistic sectors in developing new food systems

The meeting will include a debate on tradition and innovation in gastronomy, practice and academic paper sessions and regional wine and food tastings. The meeting will be organised along the same lines as previous expert meetings of the Tourism and Gastronomy group, with an intimate and focussed approach designed to maximise interaction and discussion between participants.

Registration: Registration for the meeting will be organised via ATLAS. All accepted participants will be invited to register via the ATLAS website.

Contacto: g.w.richards@uvt.nl

Mar del Plata (Argentina) y Málaga (España). Estudio comparado de dos destinos turísticos¹

Fernando Almeida García*

Universidad de Málaga (España)

Antonia Balbuena Vázquez**

Universidad de Málaga (España)

Resumen: Se estudia y compara la evolución de dos destinos que presentan similitudes en su historia turística, en su tamaño demográfico y función territorial. A pesar de las similitudes de Málaga y Mar del Plata, éstas presentan comportamientos singulares en su evolución. Se toma como referencia de estudio el modelo de Butler. En el caso de Málaga es esencial conocer la relación que ha mantenido con Torremolinos y la Costa del Sol, para poder entender la evolución del destino. En el caso de Mar del Plata es importante entender el papel de la demanda nacional y las decisiones políticas que derivaron en la popularización del destino. Así mismo, se analiza el papel que ha jugado las segundas residencias y los procesos de urbanización en la evolución de los destinos turísticos.

Palabras clave: Málaga, Mar del Plata, evolución, destinos, segunda residencia.

Mar del Plata (Argentina) and Malaga (Spain). Comparative study of tourist destinations

Abstract: We study and compare the evolution of two destinations that have similarities in their history tourist history, population size and territorial function. In spite of the similarities of Malaga and Mar del Plata, they show behaviours unique in its evolution. It taken as reference the model study of Butler. In the case of Malaga is essential to understand the relationship this city has had with Torremolinos and the Costa del Sol, in order to explain the evolution of destination. In the case of Mar del Plata is important to emphasize the role of domestic demand and the political decisions that led to the popularization of the destination. Also, we analyze the role played by second homes and the urbanization process in the evolution of tourist destinations.

Keywords: Malaga, Mar del Plata, evolution, destinations, second houses.

1. Introducción

Este trabajo presenta un análisis de dos destinos con una dilatada experiencia turística que se han desarrollado en contextos históricos y económicos diferentes. Los destinos estudiados son las ciudades de Málaga (España) y Mar del Plata (Argentina) y sus respectivos espacios turísticos contiguos, la Costa del Sol y el litoral atlántico de la Provincia de Buenos Aires. Se han elegido estos dos destinos

debido a que permite estudiar algunos aspectos de interés. En primer lugar, se comparan dos destinos maduros de litoral de diferentes países que presentan una evolución desigual. En segundo lugar, se estudian las respuestas singulares que presentan las dos ciudades en su evolución como destinos turísticos. En tercer lugar, se analizan algunas relaciones entre el turismo, la segunda residencia y el negocio inmobiliario, en el espacio de estudio.

* Profesor del Departamento de Geografía, Facultad de Turismo, Universidad de Málaga, España. Área de investigación: planificación y gestión de destinos, política turística, sostenibilidad. E-mail: falmeida@uma.es

** Antropóloga, Doctoranda, Facultad de Turismo, Universidad de Málaga, España. E-mail: abalvaz@yahoo.es

Este estudio plantea la evolución histórica de unos destinos turísticos apoyándose en tres factores: (i) la teoría del ciclo de vida del destino turístico, (ii) las grandes fases sociales y productivas que afectan al turismo y (iii) la importancia de los factores urbano-territoriales. Se pretende una explicación más integral que no esté determinada por un modelo específico, en la línea que recientemente han planteado algunos autores (Vera y Baños, 2010).

En primer lugar, el estudio toma como referencia el modelo de ciclo de vida para el área turística, la tan citada propuesta de Butler (1980). Este autor se ha convertido en la reseña principal para la descripción del proceso de evolución de los destinos turísticos, además de ser la idea más debatida y comentada en este campo de estudio. Este modelo se basa en las pautas de comportamiento de la demanda y la capacidad de carga de los centros turísticos, estableciendo una relación positiva entre turistas y la oferta de alojamiento. Esta teoría es fundamentalmente una traslación al campo del turismo de la propuesta del ciclo de vida del producto, idea bien conocida en el campo de marketing. Butler plantea una evolución temporal en seis fases: descubrimiento, inicio, desarrollo, consolidación, estancamiento y post-estancamiento (declive o rejuvenecimiento).

La fase del estancamiento es el punto crítico, es el momento en que aparecen indicios de saturación, a partir del cual se puede producir el declive total, parcial o el rejuvenecimiento del destino. Esta situación se identifica en muchos casos con la superación de la capacidad de carga del destino (Cooper y Jakson, 1989) o la incapacidad para adaptarse a los cambios productivos provocados por el postfordismo (González, 2012). Los agentes locales juegan un papel principal para sacar a los destinos del declive, ya sea mediante la creación de nuevos productos (Butler, 2012) o reorientando el destino hacia formas turísticas alternativas (Järviuoma, 1992).

Este modelo tan estudiado ha sido completado o modificado por otros autores (Haywood, 1986), e incluso por el propio Butler (2006). Más recientemente algunos autores proponen la existencia de ciclos de vida sucesivos en el propio destino (Garay y Cánoves, 2011) e incluso que esta teoría se pueda enmarcar dentro de un ciclo de vida ecológico (Sing, 2011). La debatida propuesta de Butler presenta limitaciones para explicar algunos aspectos dinámicos o la incidencia de variables externas, hechos que han sido tratados ampliamente por numerosos autores (Agarwal, 1998 y 2002; Douglas, 1997; Priestley y Mundet, 1998). Los destinos turísticos están fuertemente condicionados por los componentes territoriales, económicos y sociales, dentro del contexto socioeconómico del

país y sociedad de acogida del destino y por las tendencias económicas generales que afectan a la demanda (Vera, 1997:234-246).

En el análisis que se expone, se detecta la presencia de factores locales y externos a los destinos que han sido y son determinantes en la evolución de los mismos. En el caso argentino, el reducido número de estaciones balnearias ha jugado en favor de Mar del Plata, creando una demanda nacional cautiva. En el caso de Málaga, la relación con la población de Torremolinos es esencial para entender la evolución de Málaga, así como la apuesta de los agentes públicos y privados por el turismo de masas y especialmente por la construcción.

En segundo lugar, otro de los marcos de referencia del estudio es la relación con los grandes procesos productivos y sociales que afectan al turismo. Estas grandes fases se caracterizan por unas formas específicas de producción y consumo de las actividades turísticas y de regulación del turismo. Estas fases están influenciadas por elementos sociales, económicos y tecnológicos. La interacción entre los actores locales, nacionales e internacionales con estos paradigmas son hechos decisivos en la evolución del destino. Siguiendo a Fayos-Solá (1996) y Garay y Cánoves (2011) el periodo evolutivo estudiado se puede dividir en tres grandes fases: artesanal o prefordista, fordista y postfordista. En la primera fase se detecta la intervención en el turismo de los primeros procesos ligados a la industrialización: el ferrocarril, el barco de vapor, los grandes hoteles y cadenas hoteleras, etc. En la segunda fase irrumpe el turismo de masas que conlleva la aplicación de los sistemas de producción en escala para abaratar los costes y conseguir que los bienes y servicios sean consumidos por el mayor número de personas. La fase postfordista es más compleja que la anterior y a grandes rasgos se caracteriza por la introducción de la flexibilidad en la gestión de los destinos y empresas turísticas, la diversificación de los productos, la segmentación de la demanda, la introducción de las nuevas tecnologías, el valor de la sostenibilidad ambiental en la gestión turística, etc.

En tercer lugar, interesa analizar el papel que ha jugado la segunda residencia en la evolución de los destinos analizados. En el entorno próximo de los dos destinos (Málaga y Mar del Plata), han surgido dos grandes conurbaciones turísticas. En la Costa del Sol (Málaga), la oferta de alojamiento turístico de la Costa supera ampliamente a la de la ciudad. En ambos casos de estudio, el proceso de crecimiento de estas áreas turísticas ha seguido pautas urbano-territoriales acordes tanto a los modelos clásicos de las áreas metropolitanas (Ferrer, 1992) como los modelos turísticos de Lundgren (1974) o Gormsen (1981). Gormsen propuso un modelo

Tabla 1. Datos básicos de los espacios comparados

	Málaga	Mar del Plata	Costa del Sol Occidental	Costa Norte Buenos Aires	Costa del Sol Oriental	Costa Sur Buenos Aires
Extensión Km ² . (municipio/partido)	395	1.460	658,3	3.690	331,3	26.136
Población (2010)	568.507	614.350	498.307	148.330	161.155	233.409
Plazas hoteleras (2010) (media anual)	9.086	24.837	57.568	12.106 ^a	6.141	-
Viajeros alojados en hoteles (2010)	862.599	1.247.159	2.399.912 ^b	403.895 ^a	169.366 ^c	-
Plazas segunda residencia (2001)	150.685	290.000	476.507	101.228	159.677	

Fuentes: INDEC (Argentina) e INE, IECA, (España), 2010.

^a Datos sólo para los partidos de Villa Gesell y Pinamar.

^b No se incluye los municipios de Casares y Manilva.

^c Datos sólo para el municipio de Nerja.

espacio-temporal basado en el desarrollo histórico de la costa turística, relacionando la evolución temporal con la ampliación de sucesivas periferias turísticas. En este proceso evolutivo, la segunda residencia tiene un gran valor como indicador de madurez del proceso. La propuesta de Lundgren muestra las transformaciones en las relaciones espaciales entre los centros urbanos y las áreas de residencia secundaria, a medida que las áreas urbanas se expanden. A esto hay que añadir el papel fundamental que juega el negocio inmobiliario y que tiene una explicación más dificultosa a través de los modelos.

La metodología aplicada para la investigación combina varios procedimientos. Por un lado, se ha desarrollado un análisis histórico que da lugar a una reflexión sobre la evolución de los destinos dentro del marco de referencia de la teoría de ciclo de vida. Por otro lado, se ha realizado una recopilación de datos estadísticos, principalmente de la oferta de alojamiento y la segunda residencia, las únicas variables homogéneas que permiten comparar los espacios en el periodo cronológico del análisis. No ha sido posible disponer de datos comparables de turistas o visitantes para todo el periodo de estudio; es por ello por lo que se ha utilizado fundamentalmente la oferta hotelera. El análisis de los datos pretende: (i) apoyar la explicación evolutiva de los destinos, (ii) trasladar esos datos a una representación gráfica y (iii) conocer la adaptación de los destinos a los ciclos del modelo de Butler. La investigación se ha apoyado en un trabajo de campo en el que se realizaron entrevistas a individuos relacionados con la actividad

turística en Mar del Plata durante los años 2010-11. Se pasaron cuestionarios con respuestas abiertas, que preguntaban sobre las características de los establecimientos, rentabilidad, estacionalidad, relaciones con organismos, pertenencia a asociaciones y observaciones generales. Esta información ha sido útil para comprender la evolución de Mar del Plata.

2. Localización y marco geográfico

Málaga es un municipio con una extensión de 395 km², una población de 568.507 habitantes y una densidad de 1.439,26 hab./Km.(2010). Este municipio, perteneciente a la provincia homónima, está integrado en la Comunidad Autónoma de Andalucía. La ciudad de Málaga y la Costa del Sol se encuentran al sur de la Península Ibérica, están bañadas por el mar Mediterráneo. La ciudad de Málaga se sitúa en medio de la Costa del Sol, articulando las dos partes de la Costa. La oferta de alojamiento turístico se basa en hoteles y apartamentos. Los hoteles se localizan en el centro histórico, en zonas cercanas a los paseos marítimos, la estación de ferrocarril y el aeropuerto. En la zona costera y centro histórico se encuentra buena parte de la oferta complementaria (restaurantes, comercios, etc.) (Gráfico 3).

La Costa del Sol Occidental es una comarca de 802 Km², perteneciente a la Provincia de Málaga. Está bañada por el mar Mediterráneo y tras de sí tiene una fuerte barrera montañosa. Tenía 498.307 habitantes en 2010 y una densidad demográfica de 621 hab./Km.² Está compuesta por 8 municipios,

destacando Marbella con unos 130.000 habitantes. La principal actividad económica es el turismo. La Costa del Sol Oriental es más pequeña que la occidental. Se localiza en la parte oriental de la Provincia y se distribuye en torno al valle del río Vélez. La Costa Oriental está compuesta por cinco municipios, con una extensión de 331,3 km², 161.155 habitantes (2010) y una densidad demográfica de 486 hab./Km². El municipio de mayor extensión y población es Vélez-Málaga, con más de 76.000 habitantes. Esta Costa mantiene parte de sus actividades tradicionales: agricultura de productos subtropicales y pesca.

La hotelería tiene un peso importante en la Costa del Sol Occidental, casi 60.000 plazas, una oferta que rebasa ampliamente a la de la ciudad de Málaga. En la Costa del Sol Oriental es importante la oferta de segunda residencia que en 2001 superaba en 26 veces a la hotelera. Este fenómeno ha debido aumentar en la Costa del Sol en los últimos años provocado por la burbuja inmobiliaria española (1998-2008).

Gráfico 1. Localización de Málaga

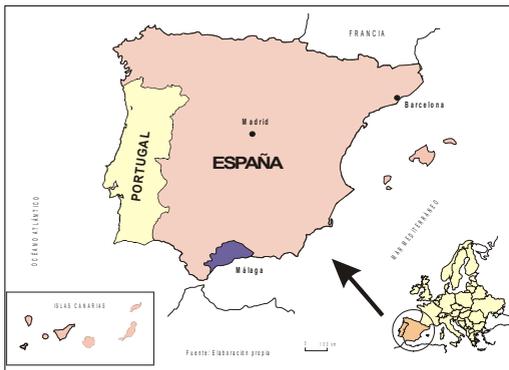


Gráfico 2. Localización de la Costa del Sol.



Gráfico 3. Elementos turísticos de la ciudad de Málaga



La Costa Atlántica balnearia de la Provincia de Buenos Aires tiene una distribución similar. Se extiende entre San Clemente del Tuyú y Pehuenco, tiene una extensión de costa de unos 700 kilómetros. Dentro de este espacio, Mar del Plata tiene una posición central o articuladora, entre la costa norte, entre Santa Clara del Mar y San Clemente del Tuyú y el tramo sur, desde Miramar al citado Pehuenco. La segunda población en importancia en la costa sur es Necochea. Mar del Plata y la Costa se localizan en la Provincia de Buenos Aires, en la costa atlántica. La citada ciudad tenía en 2010 una población de 614.350 habitantes (INDEC, 2010) y el municipio una extensión de 1.460 km². La oferta de plazas de alojamiento en hoteles y parahoteles (hoteles sindicales, hostales y albergues), sin incluir la segunda residencia, fue de 54.809 en 2010 y el número de viajeros alojados en hoteles fue de 1.247.159 (INDEC, 2011).

La Costa norte se compone de los municipios de Mar Chiquita, Villa Gesell, Pinamar y la Costa, que en conjunto tienen una extensión de 3.690 km² y una población en 2010 de 148.330 habitantes. Entre el año 2001 y 2010 el ritmo de crecimiento demográfico del área ha sido intenso, un 20,26% (alrededor de un 2% anual). En esta zona se ha desarrollado intensamente las actividades turística y de ocio, debido a la cercanía a la ciudad de Buenos Aires y a Mar del Plata. La oferta de alojamiento en Villa Gesell y Pinamar es de 365.916 plazas y el número de viajeros alojados fue de 613.453 (INDEC, 2011).

La oferta hotelera tiene un fuerte peso en Mar del Plata y secundariamente en otros núcleos como Vila Gesell. La segunda residencia turística tiene una gran importancia en toda la costa incluyendo la propia Mar del Plata. La residencia secundaria en forma de unifamiliar es predominante en la zona entre San Clemente y Mar de Ajó, debido a

la proximidad del Área Metropolitana de Buenos Aires. Todas las actividades turísticas de la zona presentan una fuerte estacionalidad.

Gráfico 4. Localización de Mar del Plata y Costa Bonaerense.



La Costa sur atlántica es bastante más extensa y se halla menos afectada por el desarrollo turístico; en ésta aún se compaginan las actividades ligadas al sector servicios con la agricultura y la ganadería. La extensión de los municipios es de 26.136 km², con una población de 233.409 hab. en 2010. La costa tiene una extensión lineal de unos 500 kilómetros. Esta Costa se extiende entre Miramar y Pehuén-co. Estos municipios son más extensos que los de Costa Norte. El comportamiento demográfico de la zona no es tan positivo como en la Costa Norte. La segunda residencia es predominante en toda la zona. La hotelería tiene alguna importancia en Necochea.

3. Desde el descubrimiento turístico hasta el turismo de masas. El periodo prefordista.

Málaga es una ciudad con un largo pasado histórico. Siempre ha sido un puerto activo, punto de salida de los productos de su entorno (agrícolas, manufacturas, etc.). Durante el siglo XIX, Málaga y su provincia registraron un fuerte crecimiento ligado a la industrialización (siderurgia, textil, etc.). A finales del siglo XIX, entró en crisis tanto

la agricultura (vinos) como la industria y se buscó una alternativa económica. Ésta vino de la mano de algunos burgueses y la colonia extranjera, conocedores del auge que estaba tomando el turismo costero en algunas zonas de Europa (Niza, Biarritz, etc.). Se comprobó que la benignidad del clima, sobre todo en invierno, podría ser un gran atractivo aunque no se dispusiera de un patrimonio monumental tan relevante como el de ciudades andaluzas cercanas. Era una ciudad relativamente bien conocida gracias a la actividad comercial, a la amplia colonia extranjera, y a la cercanía a Gibraltar. Además, se podía acceder con facilidad en barco y en ferrocarril. Esta iniciativa desembocó en 1897 en la constitución de la Sociedad Propagandista del Clima y el Embellecimiento de Málaga, el remoto antecedente del Patronato de Turismo de la Costa del Sol. Una de las primeras sociedades de promoción española y europea (Pellejero, 2005:89).

En el último tercio del siglo XIX, la actividad turística ya era habitual en la ciudad. El primer gran hotel construido expresamente para el alojamiento turístico fue el hotel Niza en 1890. A este le siguieron muchos otros (Hotel Roma, Hotel Inglés, etc.) localizados en el centro de la ciudad. La oferta hotelera era de más de 600 plazas. Hacia 1920 se comprueba el despegue de la actividad turística y se levantan nuevos hoteles de gran categoría en la zona de playas del este de la ciudad (Gráfico 3). En 1920 se construye el Caleta Palace y en 1926 es inaugurado por el Rey Alfonso XIII el Hotel Príncipe de Asturias, el alojamiento emblemático de la ciudad. Hacia 1930 más de 20 hoteles habían abierto sus puertas en la Provincia de Málaga, alcanzándose unas 1.500 plazas (Heredia, 2000:8-14; Pellejero, 2005:90).

Foto 1. Emblemático Hotel Príncipe de Asturias, posteriormente Miramar. 2013. Málaga.



Fuente: Fernando Almeida

Iniciado el siglo XX, en las playas de la zona oriental de la ciudad surgieron numerosos balnearios como los Baños de Apolo, la Estrella, El Carmen², etc. Estas instalaciones apoyaron la construcción de hoteles en esa zona; eran una copia de los balnearios que habían crecido en las costas atlánticas de Europa (Fuentes, 1997:33-40).

Un elemento importante en el crecimiento turístico de Málaga fue la construcción del aeropuerto que comenzó en 1919. El desarrollo del destino no se entendería sin la participación de esta infraestructura, sobre todo teniendo en cuenta el enfoque fundamentalmente internacional del turismo de Málaga y la Costa del Sol. Este es un elemento claramente diferenciador con la ciudad de Mar del Plata.

Málaga como destino turístico llegó a su etapa de consolidación a mediados de los años 30, quedando interrumpida su fase de desarrollo según el modelo de Butler (Gráfico 6). De hecho, algunos autores han destacado el papel de Málaga como destino turístico precoz e importante, cuya trayectoria quedó truncada por la Guerra Civil y oscurecida por el posterior turismo de masas (Barke, et al., 2010). A la Guerra Civil española habría que sumarle su larga postguerra y la Guerra y Postguerra europea. Al comienzo de la década de los años 50, Málaga se encontrará ante una serie de factores que impidieron retomar la situación turística anterior.

Mar del Plata nació como una población ganadera que muy pronto mostró su vocación turística. La cercanía de esta ciudad a Buenos Aires, hizo que precozmente se despertara su aptitud turística. El fuerte crecimiento económico que registraba el país y la capital, el desarrollo del ferrocarril y la imitación de los gustos europeos por parte de la burguesía argentina, desembocaron en la creación de una ciudad turística. El punto de partida lo marca la llegada del ferrocarril en 1886 y la inauguración del lujoso Hotel Bristol en 1888 (Mantobani, 1997). Mar del Plata comenzaba a imitar a las clásicas ciudades balnearias del Atlántico francés e inglés. La élite gobernante mostraba un especial interés por disponer de un elegante *resort* veraniego, lo que explica las inversiones realizadas para el desarrollo de Mar del Plata (Mantobani, 1997:11). Es algo similar a lo que ocurría a fines del XIX con la burguesía y la élite madrileña que se trasladaba a San Sebastián o Santander, a las frías aguas atlánticas. Aún no estaba de moda las aguas cálidas del Mediterráneo. Este cambio señalará la transformación socioeconómica que supuso la aparición del turismo de masas. El turista de élite tiene un mayor sentido de propiedad y exclusividad, entre otras cosas por que muchos de ellos disponen de propiedad en el destino. El sentido de propiedad y exclusividad del turista de masas disminuye con su renta y su estancia (Tuner y Ash, 1991).

Pronto la primera línea de costa del Mar del Plata se llenó de elegantes villas que imitaban los modelos arquitectónicos europeos. Este “Biarritz” austral que se encuentra a 400 kilómetros de la capital, pronto se llenó de segundas residencias que permitían pasar el verano lejos de la bulliciosa y obrera Buenos Aires (Bouvet, 2005:66; Cacopardo, 1997). Tempranamente se construyeron las ramblas (paseos marítimos); la de la Playa Bristol se terminó en 1913³, convirtiéndose en el centro de la vida social y el espacio de la ostentación. Este fue un elemento esencial para el funcionamiento del destino turístico que reforzó la posición central del Hotel y la Playa Bristol.

El progreso de Mar del Plata fue considerado como una cuestión de política de Estado, como lo demuestra el hecho de que sus autoridades fueran nombradas por el Gobierno Central hasta la década de los 20 (Mantobani, 1997:13). Mar del Plata nació como un producto y una invención de la capital. Se creó una estación balnearia enfocada al turismo y ocio de la burguesía porteña y así funcionó durante varias décadas.

Gráfico 5. Evolución del destino turístico de Málaga en relación con el modelo de Butler

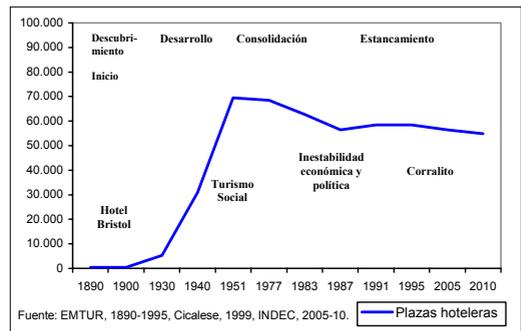
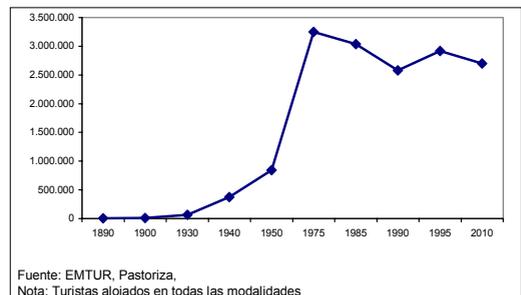


Gráfico 6. Evolución del destino turístico de Mar del Plata en relación con el modelo de Butler



La evolución del modelo agroexportador hacia la industrialización sustitutiva que se fue asentando desde los años 30 en Argentina, tuvo también su repercusión en el turismo de Mar del Plata. Por un lado, se difundió la utilización del automóvil, se pavimentaron las carreteras, en este caso la Ruta Nacional 2 (1938). Esto permitió que hubiera una mayor afluencia de veraneantes a Mar del Plata, unos 65.000 en 1930. Por otro lado, la construcción de carreteras que conectaron las poblaciones interiores con la Costa, favoreció la aparición de numerosos balnearios costeros, dando lugar a la actual estructura territorial. El ferrocarril, primer factor territorial, impulsó la creación de las estaciones balnearias de Mar del Plata y Necochea a fines del XIX; pero a partir de los años 30-40 las carreteras fueron las que permitieron el nacimiento de numerosos asentamientos turísticos, tanto en la zona más próxima a Buenos Aires, en el entorno de la Ruta Nacional 11 (San Clemente) como más al sur (Ruta 74, Villa Gesell) (Mantero, 2001:19).

4. El turismo de masas. El periodo fordista

A partir de los años 50 el turismo que llega a Málaga y la Costa del Sol experimentó una evolución hacia una progresiva popularización que produjo una profunda reestructuración territorial del fenómeno turístico (Esteve, 1982). El gobierno de Franco hizo una decidida apuesta por el turismo de masas, en busca del mayor número posible de turistas e ingresos para poner en marcha el proceso de desarrollo del país (Almeida, 2012). Con esta decisión se inicia el fordismo en el sector turístico español.

Desde 1950 el turismo fue tomando cada vez más protagonismo en la Costa Occidental, en detrimento de la ciudad de Málaga. El turista que llega lo hace motivado por el paisaje, el sol y playa, quedando los aspectos culturales en segundo plano. Esta década coincide con el desarrollo de los vuelos charter que permiten la llegada con facilidad de grupos de turistas europeos. La Costa Occidental comienza a llenarse de pequeños hoteles, algunos con cierta capacidad, pero aún el turismo está orientado a pequeños grupos. La apertura del Hotel Pez Espada en Torremolinos en 1959, el primer gran hotel de 5 estrellas de la Costa del Sol, supuso el espaldarazo definitivo para la Costa para consolidarse como destino turístico. Los próximos 20 años fueron de un crecimiento continuo de la oferta y la demanda. En 1955 había poco más de 2.000 plazas en la Provincia de Málaga, en 1975 se superaron las 35.000 y las 60.000 en el 2000. La demanda también tuvo un comportamiento similar: en 1955 se alojaron unos 500.000 turistas;

en 1975 fueron 1,5 millones; en el 2000 superaron los 3,3 y 4,3 en 2007 (SOPDE, 2008).

Este turismo de masas que arribó en los años 50 a Málaga y la Costa del Sol era y es fundamentalmente extranjero, en una media aproximada del 60%. (Pellejero, 2005; SOPDE, 2008). Desde el comienzo del fenómeno turístico, a fines del siglo XIX, éste siempre estuvo enfocado hacia el turismo extranjero, teniendo un valor secundario el turismo interno, aunque a lo largo del tiempo, el turista nacional ha ido ganando peso en la Costa del Sol y Málaga.

Durante el proceso explosivo del turismo de masas, años 60 y 70, la ciudad de Málaga tuvo un papel secundario. Las nuevas infraestructuras hoteleras se situaron en los municipios costeros de la Costa Occidental. Se abandonó el modelo del hotel urbano como los que se encontraban en los cascos antiguos de Málaga, Torremolinos o Marbella, por el gran complejo hotelero, aislado de la población pero conectado con la carretera principal y próximo al mar. Este modelo impulsado por el capital especulativo, tanto de los grandes turoperadores como empresarios locales y nacionales, es el que triunfa en la Costa y genera grandes beneficios⁴. La ciudad de Málaga también se quiso sumar al turismo de masas, por lo que en la parte más occidental del propio municipio (el antiguo barrio de pescadores de Torremolinos), la más cercana al aeropuerto y a la Costa del Sol, se comenzó a levantar los nuevos hoteles y apartamentos. Por otro lado, la ausencia de un patrimonio monumental tan llamativo como el de ciudades próximas (Granada, Sevilla, Córdoba o Ronda), no favoreció la permanencia del turismo cultural. Esta situación provocó que la oferta hotelera de la ciudad se sumiera en un claro estancamiento (Gráfico 5). Ejemplo de ello es el cierre en 1968 del Hotel Príncipe de Asturias (Miramar) o el Caleta Palace en 1943.

Aunque siguió existiendo el turismo de sol y playa dentro de la ciudad éste quedó eclipsado frente al brillo de la Costa⁵. Además parte de la zona oeste de la ciudad necesitaba una fuerte intervención urbana para regenerar los antiguos suelos, que formaron parte del pasado industrial y que ocupaban un amplio espacio degradado junto a las playas. Así pues, hasta la década de los 90, la ciudad ejercía poca centralidad en la Costa del Sol, era un elemento territorial notable pero no tenía una función turística importante. Más bien, parte de la ciudad de Málaga sirvió como ciudad dormitorio para las poblaciones costeras cercanas a la capital. En resumen, el turismo provocó una pérdida de funciones metropolitanas en favor de las nuevas ciudades turísticas de la Costa del Sol.

La llegada de Perón al gobierno en los años 40 supuso la democratización de las vacaciones

y la creación de los hoteles corporativos. Las vacaciones son consideradas como un derecho para los obreros, “el turismo es un derecho laboral y social” (Troncoso y Lois, 2004:283). Este proceso se adelanta prácticamente una década respecto al gran *boom* del turismo masivo de la década de los 50 (Fernández, 1989; Urry, 1990). En 1951 se alcanza el techo máximo de oferta hotelera. Esta decisión política supuso enfocar el desarrollo del destino hacia el turismo social de masas y acelerar el proceso de crecimiento de la oferta. Esta popularización del destino de Mar del Plata incitará al abandono del mismo por parte de las clases más acomodadas. Muchas de éstas dirigieron hacia Uruguay y concretamente a Punta del Este (Bouvet et al., 2005:67) o se reubicaron dentro del propio destino, hacia el sur (Playa Grande) (Bertoncello, 2006:324).

Foto 2. Vista de Mar del Plata con los grandes rascacielos Habana, Cosmos y Bristol Center (de izquierda a derecha). 2011.



Fuente: Fernando Almeida

Entre 1930 y 1970 se produjo una fuerte especulación inmobiliaria que favoreció la construcción en altura, irrumpiendo con fuerza los apartamentos, que sustituyeron a los tradicionales chalets, así como a los hoteles históricos. Este hecho se apoyó en la Ley de Propiedad Horizontal de 1947 y el crédito subsidiado. Si bien es verdad que en este periodo se incrementó claramente la oferta hotelera pasando de unas 5.500 plazas en 1931 a cerca de 70.000 en 1970, (se pasó de 80 hoteles a 833), no es menos verdad que también aumentó la segunda residencia, de tal forma que ésta llegaría a las 140.000 unidades en 1980 (Bouvet et al., 2005:67). El apoyo a la construcción hizo que entre 1950 y 1970 se demoliera el 70% del casco céntrico y que entre 1957 y 1962 desaparecieran 40 hoteles céntricos, convertidos en torres de apartamentos (Pastoriza, 2008). Como ejemplo del proceso, el emblemático Hotel Bristol cerró sus puertas en 1944 y en la década de los 50 se inició su demolición.

La oferta de alojamiento hotelero de Mar del Plata alcanzó su consolidación en los años 50, con casi 70.000 plazas. La oferta de alojamiento de este destino maduro ha ido disminuyendo, teniendo una estrecha relación con las situaciones económicas y política (periodo de expansión y apoyo al turismo social de Perón en los 50; dictadura y crisis de la deuda externa a comienzo de los 80; hiperinflación -1989/90-; neoliberalismo y crecimiento económico de los 90, crisis del Corralito en 2001 y recuperación económica posterior) (Gráfico 6).

5. Rejuvenecimiento y estancamiento. Dos situaciones contrapuestas en el periodo postfordista

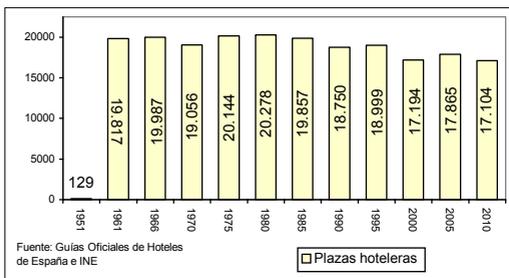
Málaga como destino turístico tuvo un claro despertar a partir de 1988, cuando perdió su espacio turístico costero por excelencia: Torremolinos. Esta última población se independizó y se constituyó en municipio en 1988, con lo que Málaga perdió más del 90% de la oferta de alojamiento turístico⁶. Esto obligó a la ciudad a desarrollar su oferta de alojamiento, a poner en valor su patrimonio monumental, utilizando la figura de Picasso como referente, además de enfocar su oferta hacia el turismo cultural y diversificar sus productos turísticos (cruceiros, congresos, idiomas, etc.). El destino había empezado a asumir algunos de los procedimientos postfordistas para poder encontrar su espacio dentro de la Costa del Sol. No podía competir como destino de sol y playa. En estos más de 20 años Málaga ha buscado su propia identidad dentro de la Costa del Sol. Este es el periodo de gran crecimiento de la oferta hotelera (Gráfico 5). La mejora de las infraestructuras de transporte y alojamiento ha dado lugar a un fuerte crecimiento de la demanda turística de la ciudad. En la actualidad se puede decir que la ciudad de Málaga es una pieza principal que articula el gran espacio turístico de la Costa del Sol y que ha encontrado su propio papel dentro de la misma.

En resumen, la evolución del destino turístico de la ciudad de Málaga ha sido contradictoria. El inicio turístico fue precoz, a fines del XIX, posteriormente en los primeros decenios del siglo XX tuvo un crecimiento sostenido pero no explosivo. Cuando aún no había alcanzado su madurez, entre los años 50 y 60 surgió el turismo de masas en la Costa del Sol, lo que produjo un estancamiento de la oferta en la ciudad tradicional.

Las nuevas infraestructuras de alojamiento se localizaron sólo en una parte del municipio (Torremolinos), debido a su cercanía al aeropuerto. El fortísimo crecimiento que experimentó el antiguo barrio de pescadores derivó en su segregación del municipio de Málaga. Este nuevo factor generó

una reestructuración de la actividad turística en la ciudad de Málaga. Se inicia una fase de crecimiento basado en el desarrollo de la nueva oferta y productos turísticos. Málaga no compite por sol y playa, ya que en esto están especializados el resto de municipios de la Costa del Sol. Lo cierto es que el crecimiento que ha experimentado desde los años 90 hasta 2010, parece seguir los parámetros de un destino juvenil, a pesar del largo camino recorrido (Gráfico 5). Y por otro lado, Torremolinos presenta ciertos aspectos coincidentes con Mar del Plata, en tanto que es un destino turístico maduro, fuertemente especializado en turismo vacacional y con una progresiva disminución de los ingresos hoteleros (Thiel, 2011). El gráfico 7 muestra una clara tendencia a la disminución de plazas, debido a la obsolescencia de algunos de los alojamientos y los procesos de reconversión de la oferta.

Gráfico 7. Oferta de plazas hoteleras de Torremolinos

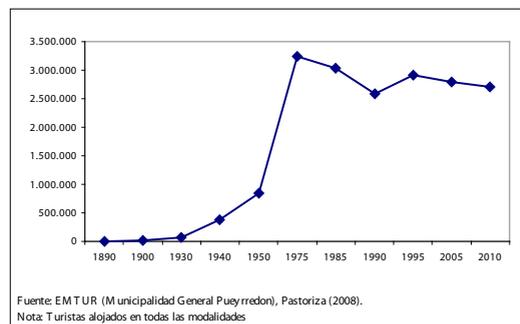


Las tendencias que se observan en los últimos decenios en Mar del Plata se caracterizan por generar un proceso de densificación y de degradación/popularización turística del espacio central de la ciudad. Diversos autores ponen de manifiesto la situación de estancamiento del destino (Cicalese, 1999; Dadón et al., 2002; Bouvet et al., 2005; Pastoriza, 2008). La disminución de la estancia media, la fuerte estacionalidad, el proceso de densificación, el predominio de la actividad inmobiliaria sobre la turística, los problemas ambientales, la desaparición del patrimonio, etc., son los aspectos más citados por los autores y que son coincidentes con los resultados de las entrevistas realizadas. En la actualidad el paseo marítimo se encuentra jalonado de altos edificios, como el Bristol Center o el Edificio Havanna, que se encuentran fuera de escala. A la vez, se observa una migración de turistas de cierto poder adquisitivo hacia la zona sur de la ciudad (Playa Grande-Punta Mogotes-Playa Alfar). Las nuevas construcciones turísticas se han hecho sobre espacios de gran

valor ambiental, como es el caso del complejo de Punta Mogotes. Además se observan algunos problemas ambientales como es la fuerte erosión y alteración costera y la contaminación marina (entorno del Arroyo de la Tapera) (Dadón et. al., 2002). La protección de las zonas costeras valiosas, la mejora de los espacios marítimos alterados y contaminados y la lucha contra la privatización de las playas deberían ser prioridades para elevar la calidad del producto turístico de sol y playa y la consolidación de la marca del destino. Aunque se ha apostado por la diversificación de los productos turísticos (turismo de congresos, casino, eventos deportivos e institucionales), no parece haberse superado el funcionamiento fordista del destino.

La popularización y declive de la oferta de Mar del Plata no están explicados únicamente por obsolescencia y falta de competitividad de la misma. Entre otros factores internos hay que tener en cuenta las recurrentes crisis económicas que han afectado al país y al sector turístico y las decisiones políticas. Por otro lado, hay aspectos internos (que no están relacionados con la gestión) que explican el mantenimiento en el tiempo del destino de Mar del Plata. En entre estas variables hay que citar la especialización en el mercado nacional y su cercanía a un gran foco emisor de demanda como es el Área Metropolitana de Buenos Aires. Mar del Plata es el gran destino vacacional de la clase media argentina. Además la oferta balnearia del país, con cierta posibilidad de baño, no es muy amplia. De esta forma, a lo largo de decenios se ha asegurado una importante clientela "cautiva", siempre que los ciclos económicos y políticos así lo han permitido. El gráfico 8 muestra un mantenimiento de la demanda en el tiempo. En resumen, la explicación de la evolución del destino por medio del modelo de Butler no es muy perfecta, ya que el destino se mantiene en el tiempo dentro de su fase de estancamiento, sin presentar una clara respuesta para pasar a la fase de post-estancamiento.

Gráfico 8. Evolución de los turistas alojados en Mar del Plata



6. Transformaciones territoriales. La difusión del turismo

Otro elemento de singular importancia en la evolución de los destinos y territorios analizados, es el proceso urbanizador y el papel de la segunda residencia y sus conexiones urbanísticas y económicas. Como señalaba Gorsmsen (1981), la segunda residencia es un elemento de gran importancia en la difusión turística, que se ha exportado a todas las periferias turísticas. Diversos autores destacan que la presencia de la segunda residencia es un hecho habitual y casi ineludible en el proceso de maduración de un destino turístico (Gorsmsen, 1981; Seguí, 2001:13). Pero la segunda residencia también es parte de un fenómeno económico, social y urbanístico más amplio que sucede en buena parte de las áreas metropolitanas de las sociedades desarrolladas (Duany et. al., 2001). El fenómeno de la expansión de la urbanización de baja densidad en las áreas metropolitanas tiene un fiel aliado en la demanda de la segunda residencia.

En el litoral de la Provincia bonaerense se observa una doble tendencia urbanística y turística: por un lado, se comprueba el incremento de la segunda residencia, y por otro lado, se produce el incremento de la densidad urbanística de los espacios turísticos consolidados. Es un hecho urbanístico y territorial habitual en los procesos de maduración de los destinos turísticos. Este es un hecho común que se puede encontrar tanto en los destinos mediterráneos (Costa Azul, Riviera italiana, Costa del Sol, etc.) como en el Caribe, Florida, Pacífico Mejicano o Costa bonaerense) (Aledo, 2007; Seguí, 2001).

La segunda vivienda está impulsada por fenómenos metropolitanos tanto de Buenos Aires capital como de Mar del Plata y Bahía Blanca. Las clases medias y altas demandan viviendas que les aporten la calidad ambiental y la seguridad ciudadana de las que carecen los centros urbanos y que encuentran en las nuevas promociones inmobiliarias de los espacios turísticos (Dadón, et. al, 2002:5). No hay que dejar de lado que la expansión de la segunda residencia está ligada a procesos inmobiliarios y especulativos impulsados desde la ciudad de Buenos Aires (Benseny, 2011). La propia creación de Villa Gesell, por Carlos Gesell fue puramente una promoción inmobiliaria. La mejora de las redes de transportes en los entornos metropolitanos ha jugado un papel fundamental, tanto para permitir la salida de los habitantes como en la "colonización" de los nuevos espacios turísticos (Urry, 2000).

Así pues, a la demanda del ocio y recreación que posee el espacio costero se le ha unido la fuerte tendencia al consumo de segunda resi-

dencia por parte de los espacios metropolitanos, con lo que es probable que en un escenario no muy lejano se consolide una gran conurbación costera entre San Clemente del Tuyú hasta Mar del Plata (763.680 hab.), de la misma forma que se ha constituido un gran eje urbano entre la Costa del Sol Occidental y Málaga (unos 100 kms. y 1,1 millón habitantes costeros). A este proceso se podría unir la demanda externa que ha tenido una débil presencia debido a la posición excéntrica de Argentina respecto a los grandes emisores mundiales de turismo, pero este papel lo podría desempeñar Brasil en un escenario no muy lejano. Mar del Plata ha ido ganando extensión mediante crecimientos acordes al modelo explicitado (en las zonas costeras) pero también mediante crecimientos extensivos mal urbanizados basados en la autoconstrucción que se adentra hacia el interior del municipio.

La segunda residencia se ha hecho predominante en la zona septentrional de la Costa, entre San Clemente del Tuyú y Mar de Ajó, la zona más cercana a Buenos Aires. La oferta de plazas residencial era de casi 200.000 plazas en 1991 (Mantero, 2001). Es una zona popular en la que predomina casi exclusivamente la oferta residencial, la oferta hotelera es escasa y está enfocada al turismo familiar. Presenta un perfil socioeconómico medio-bajo (Mantero et al., 2000:34). El municipio de Pinamar tiene una menor oferta residencial (35.868 plazas) y es un espacio enfocado al veraneante de mayor poder adquisitivo. Villa Gesell tenía una oferta residencial de 65.360 plazas y 14.944 plazas hoteleras en 1991. El perfil del turista es de clase media, combinándose el descaso en villa turística con el apartamento. Mar del Plata presenta un panorama diferente, la oferta de alojamiento residencial es menor que la del resto de establecimientos (527.000 hotelera y 290.000 plazas en segunda residencia). Predomina un turismo popular.

El aumento de la oferta hotelera y de apartamentos se presenta como un proceso de popularización/masificación que se identifica con las construcciones en altura. Este hecho se observa claramente en Mar del Plata y en menor medida en Villa Gesell o Necochea. La intensa demanda de sol y playa por las clases populares ha sido cubierta por medio de la creación de torres de apartamentos y hoteles, que consiguen disminuir los costes de gestión y lanzan ofertan asequibles a las clases medias y bajas. Probablemente el ejemplo más palmario es el frente costero de Mar del Plata, en la Playa Bristol, o Villa Gesell, nacida como un espacio elitista que ha ido evolucionando hasta ser un popular destino para gente joven. Esta densificación urbanística está unida al proceso especulativo e inmobiliario anteriormente descrito.

Foto 3. Imagen del proceso de densificación de Mar del Plata. 2011.



Fuente: Fernando Almeida

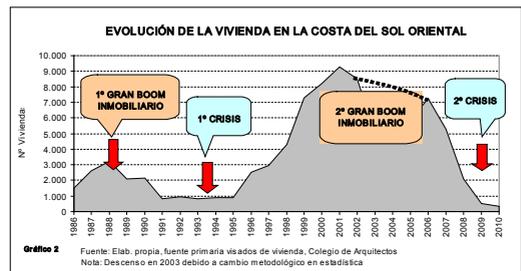
El proceso de expansión de la segunda vivienda también se observa con una gran intensidad en toda la Costa del Sol y en el traspais. En la Costa del Sol la oferta de segunda residencia (en unifamiliar y apartamentos), supera ampliamente a la oferta de alojamiento turísticos reglados (hotelería y otros). La oferta estimada en 2001 era de unas 159.677 plazas en la Costa Oriental y 476.507 en la Costa Occidental⁷. El enorme crecimiento que ha tenido la segunda residencia desde mediados los años 90 hasta 2007, está relacionado con el fenómeno de la burbuja inmobiliaria (Gráfico 9) y también con el fuerte crecimiento de los vuelos de bajo coste (Aledo, 2008). El fenómeno urbanizador no es reciente. En los años 60 irrumpió con el negocio de las segundas residencias impulsado por las autoridades locales y empresarios nacionales y extranjeros (Jurdao, 1979). En este gran negocio participaron familias malagueñas con influencia en el gobierno de Franco (Bolín, Solís, Banús, etc.). Llegada la democracia el crecimiento urbanístico aumentó en la Costa, convirtiéndose en una actividad económica fundamental. La fuerte intensidad del proceso urbanizador y el escaso control durante el periodo de la burbuja inmobiliaria derivó hacia graves casos de corrupción, como el de Marbella (Yus y Torres, 2010). La mayor parte de este proceso especulativo del suelo se ha basado en procedimientos urbanísticos legales (reclasificaciones y recalificaciones de suelo y convenio urbanístico)⁸.

Junto al proceso de compactación urbana de la Costa, en los últimos 25 años se ha producido una fuerte expansión de la segunda vivienda hacia el traspais, hacia la montaña cercana al mar, sobre suelos no urbanizables. Este fenómeno ha dado lugar, sólo en la comarca de la Axarquía, a más de 11.000 viviendas ilegales, además de problemas de corrupción (Yus y Torres, 2010).

En el caso de Málaga, la segunda vivienda residencial de carácter unifamiliar tiene poca importancia en el municipio, debido a la fuerte presión urbanística que sufre la ciudad: reducido espacio urbanizable, elevado precio del suelo, etc. La mayor parte de la segunda residencia existente es construcción en altura. Esta segunda residencia se estiman en unas 150.685 plazas en 2001 (INE, 2004). La segunda residencia también ha estado muy ligada en estos años al proceso especulativo de la burbuja inmobiliaria.

Al igual que en la Costa bonaerense, también se ha producido una importante difusión de los procesos metropolitanos desde Málaga hacia la Costa del Sol y viceversa. Este panorama debía ser completado con el papel que juegan algunas metrópolis europeas en la Costa del Sol, debido a las numerosas conexiones aéreas de las que dispone el aeropuerto de Málaga con ciudades europeas. La irrupción de las compañías de bajo coste ha incrementado en gran medida estas relaciones⁹. Las infraestructuras de comunicación de la última década han favorecido aún más la extensión de la conurbación Málaga-Costa del Sol.

Gráfico 9. Evolución de la vivienda en la Costa del Sol Oriental.



La Costa del Sol, al ser un espacio denso, no se ha densificado mucho más en las últimas décadas, ya que partía como un espacio urbano muy consolidado. El proceso urbano de difusión tiende a adentrarse en la montaña y valles interiores, además de presionar sobre los escasos espacios libres costeros de la Costa del Sol Oriental. Málaga-Costa del Sol, más que un espacio turístico es una conurbación con diversas funciones entre las que están las turísticas.

Por último, hay que comentar que los procesos de difusión de la segunda residencia, tanto en la Costa bonaerense como en la Costa del Sol responden a pautas explicadas tanto por modelos turístico-urbanísticos como el de Lundgren (1974) como por los procesos de expansión de tejido urbano en las áreas metropolitanas (Estébanez, 1988:449-456), sin olvidar las estrechas relaciones entre negocio inmobiliario y segunda residencia.

7. Conclusiones

Del desarrollo del trabajo expuesto se pueden extraer algunas conclusiones, en relación al estudio de los destinos turísticos de Málaga y Mar del Plata.

En primer lugar, se observa que la evolución del ciclo de vida del destino turístico de Málaga, no ha seguido la pauta habitual de la estructura clásica del modelo de Butler. De acuerdo con esta propuesta, Málaga ha tardado unos cien años en alcanzar la fase de desarrollo, lo que es un periodo bastante extenso para un destino consolidado del litoral del Mediterráneo español. Los elementos externos que dificultaron la ideal evolución turística de Málaga conforme a la teoría de Butler fueron el *boom* del turismo de masas de la Costa del Sol y la segregación de la población de Torremolinos. El gran crecimiento del turismo fordista en la Costa próxima provocó un estancamiento que frenó la consolidación turística de Málaga y la segregación municipal generó un claro proceso de rejuvenecimiento después de más de un siglo. Este proceso tiene muchas similitudes al descrito por Antón (2012) para el municipio de Vila-Seca que sufrió la segregación en 1989 de Salou (Port-Aventura) y que su espoleó el desarrollo turístico.

Si bien es verdad que la evolución de Málaga podía ser explicada conforme al modelo de Butler en un periodo cronológico amplio, tal y como ha sucedido en algunos destinos costeros ingleses (Cooper y Jackson, 1989), también hay que tener en cuenta otros factores como la irrupción del postfordismo, que ha llevado a algunos destinos hacia el declive y ha impulsado a otros (González, 2012). Al inicio de los 90, los agentes económicos y políticos locales acertaron, voluntaria o involuntariamente, a ver los cambios que se habían producido en el turismo y sintonizaron con los requerimientos del postfordismo.

En segundo lugar, en el caso del Mar del Plata, también ha jugado un papel importante otra serie de factores externos al propio destino pero que han sido y son decisivos en su actividad. Un elemento esencial para entender el funcionamiento de Mar del Plata es la situación de la demanda turística nacional. La escasez de oferta de estaciones balnearias, la cercanía a los trece millones de habitantes del área metropolitana de Buenos Aires, la imagen turística consolidada de Mar del Plata dentro del país y otros factores de orden político y económico (dificultades de cambio de divisas, etc.), son hechos que hace que buena parte de la demanda sea "cautiva". Esto provoca que independientemente de la obsolescencia del destino, la demanda se mantenga con lo que se dificulta la creación de estrategias de reconversión. Este hecho es el que distorsiona la lógica evolución del centenario destino conforme

a la propuesta de Butler. Los resultados de las entrevistas señalan una progresiva disminución de la estancia media, una intensificación de la estacionalidad, una fuerte especialización en el segmento nacional de clase media y baja y una disminución de ingresos. A pesar de los problemas señalados, los entrevistados no preveían que a corto o medio plazo cambiara la gestión del destino. Estos datos muestran una situación de declive de la hotelería de Mar del Plata, que en menor grado afectaría al sector turístico-residencial, que contrastan con el mantenimiento del número de turistas.

En tercer lugar, hay que señalar la importancia de los factores urbanísticos, territoriales e inmobiliarios. Los modelos evolutivos tienen dificultad para integrar los procesos inmobiliarios y especulativos y para explicar la evolución de los destinos. Llegado a un umbral de crecimiento de los destinos, éstos generan un proceso de diversificación económica, por lo que dejan de ser específicamente turísticos y ganan complejidad urbana y económica. De esta forma, los destinos turísticos continúan su evolución pero ya no tiene por qué seguir las pautas evolutivas de un destino turístico.

A partir del estudio, se pueden extraer algunas recomendaciones de actuación. En primer lugar, Málaga ha experimentado un fuerte crecimiento de su oferta de alojamiento, como se ha podido observar en el estudio. Este proceso se mantiene en la actualidad a pesar de la crisis económica, teniendo un crecimiento anual ligeramente por encima de la demanda. Este hecho si se mantiene en el tiempo puede afectar al destino. Así mismo, la ciudad no tiene aún una imagen de marca independiente de la Costa, por lo que debería actuar conjuntamente para solucionar problemas comunes, como es la urbanización. En segundo lugar, a pesar del mantenimiento del número de turistas por parte de Mar del Plata, ésta necesita una clara reestructuración de su oferta que no debe esperar la llegada de una crisis que afecte a su demanda.

En resumen, el análisis de casos como los expuestos ponen de relieve que los destinos turísticos no siempre se adaptan a una explicación determinista de un modelo, los destinos son piezas complejas que se pueden explicar mejor desde un punto de vista más ecléctico. Algunos factores externos y los procesos urbanístico-inmobiliarios tienen un encaje difícil dentro de los modelos y deben quedar abiertos a futuros debates.

Bibliografía

- Agarwal, S.
1998 "What is new with the resort cycle? Reply.
Tourism Management, 19 (2):181-182.

- Agarwal, S.
2002. "Restructuring Seaside Tourism. The Resort Lifecycle". *Annals of Tourism Research*, 29(1): 25-55.
- Aledo, A., Mazón, T. y Mantecón, A.
2007 "La insostenibilidad del turismo residencial". En Lagunas, D. (Coord.) *Antropología y turismo: claves culturales y disciplinares*, (pp. 185-208). México: Aledo, Antonio.
- "De la tierra al suelo: la transformación del paisaje y el nuevo turismo residencial", *Arbor*, 729: 99-113.
- Almeida, Fernando.
2012 "La política turística de España y Portugal". *Cuadernos de Turismo*, 30: 9-34.
- Antón, Salvador
2012 *Lecciones sobre turismo. El reto de reinventar los destinos*, Barcelona: Planeta.
- Barke, Michael, Mowl, Graham y Shields, Graham.
2010 "Málaga – a failed resort of the early twentieth century?". *Journal of Tourism History*, 2(3):187-212.
- Benseny, Graciela.
2011 "Valorización turística y transformación territorial costera en la Provincia de Buenos Aires (Argentina)", *Párrafos Geográficos*, 10 (2): 110-129.
- Bertoncello, Roberto.
2006 "Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina". *América Latina: cidade, campo e turismo*, 317-334.
- Bouvet, Y., Desse, R., Morell, P. y Villar, M.C.
2005 "Mar del Plata (Argentina): La ciudad balnearia de los porteños en el atlántico suroccidental". *Investigaciones Geográficas*, 36:61-80.
- Butler, Richard.
1980 "The concept of a tourist area cycle of evolution. Implications for management of resources". *Canadian Geographer*, 24:5-12.
- Butler, Richard.
The Tourism Area Life Cycle: Applications and modifications, T.I y II, London: Channel View Publications.
- Butler, Richard.
2012 "Mature tourist destinations: can we capture and retain the magic?". En Vera, F. y Rodríguez, I. (Eds.) *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*, (pp. 19-36), Valencia.
- Cacopardo, F.
1997 *Mar del Plata: ciudad e historia*, Madrid: Alianza Editorial.
- Cicalese, Guillermo Gustavo.
1999 "La implantación del modelo económico aperturista en los años 70 y la crisis del turismo masivo en la ciudad de Mar del Plata, 1976-1987", II Jornadas de Historia Económica. Montevideo.
- Cooper, Chris y Jackson, Stephen.
1989 "Destination life cycle. The isle of Man case study". *Annals of Tourism Research*, 16: 377-398.
- Dadón, J.R., Chiappini, G. y Rodríguez, M^a. C.
2002 "Impactos ambientales del turismo costero en la Provincia de Buenos Aires". *Gerencia Ambiental*, 88:552-560.
- Douglas, N.
1997 "Applying the Life Cycle to Melanesia Model". *Annals of Tourism Research*, 24 (1): 1-22.
- Duany, A., Plater-Zybert, E. y Speck, E.
2001 *Suburban Nation: The Rise of Sprawl and the Decline of the American Dream*, San Francisco-New York: North Point Press,
- Estébanez, J.
1988 "Los Espacios urbanos". En Puyol, Rafael, Estébanez, José y Méndez, Ricardo (Coords.), *Geografía Humana* (pp.357-584). Madrid: Cátedra.
- Esteve, Rafael.
1982 *Ocio, turismo y hoteles en la Costa del Sol*, Diputación Provincial de Málaga.
- Fayos-Solá, Eduardo.
1996 "Tourism policy: a midsummer night's dream?". *Tourism Management*, 17(6): 405-412.
- Fernández, L.
1989 *Historia general del turismo de Masas*, Madrid: Alianza Universidad.
- Ferrer, Manuel.
1992 *Los sistemas urbanos*, Madrid: Síntesis.
- Garay, Luís y Cànoves, Gemma
2011 "Life cycles, stages and tourism history. The Catalonia (Spain) experience". *Annals of Tourism Research*, 38 (2): 651-671.
- González, Francesc
2012 "El modelo de reestructuración turística de la Costa Daurada". En Vera, F. y Rodríguez, I. (Eds.) *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*, (pp. 219-242), Valencia.
- Gorsmsen, E.
1981 "The spatio-temporal development of international tourism: attempt a centre-periphery model", *La Consommation d'espace par le Tourisme et sa Preservation*, Aix-en-Provence, C.H.E.T, pp. 150-170.
- Haywood, D.T.
1986 "Can the tourist – area life cycle be made operational?". *Tourism Management*, 7(3): 154-167.
- Heredia, Víctor
2000 "La arquitectura del turismo. Los orígenes de la oferta hotelera en Málaga (siglos XIX-XX)", *Jábega*, 86: 3-20.
- IECA (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía)
- Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía, (SIMA).

- Jurdao, Francisco.
1979 *España en venta: compra de suelos por extranjeros y colonización de campesinos en la Costa del Sol*. Madrid: Ayuso.
- Lundgren, J.O.J.
1974. On access to recreational lands in dynamic metropolitan hinterlands. *Tourist Review*, 29 (4): 124-131.
- Mantero, J.C., Bertoni, M. y Barbini, B.
2000 "Identificación y diferenciación-Interacción y convivencia de turistas y residentes en el Litoral Atlántico". *Aportaciones y Transferencias*, Año 4: 28-48
- Mantero, Juan Carlos.
2001 "Urbanizaciones turísticas del Litoral Atlántico", *Aportes y Transferencias*, Año 5, Vol. 2: 11-54.
- Mantobani, J.M.
1997 "Notas sobre el problema de la creación de los primeros balnearios argentinos a fines del siglo XIX". *Scripta Nova*, 11.
- Mellado, Víctor y Granados, Vicente.
1997 *Historia de la Costa del Sol*, Málaga: Prensa Malagueña, S.A.
- Ministerio de Información y Turismo
1951-1977 *Guía de Hoteles*, Madrid: Secretaría General Técnica.
- Fuentes, Rafael.
1997 "Málaga, ciudad balnearia de fama internacional. Los balnearios de la provincia como precursores del desarrollo turístico". En Mellado, V. y Granados, V. (Coords.) (1997): *Historia de la Costa del Sol*, Prensa Malagueña, S.A., Málaga.
- Pastoriza, Elisa
2008 "Estado, gremios y hoteles. Mar del Plata y el peronismo". *Estudios Sociales*, 34.
- Pellejero, Carmelo.
2005 "Turismo y economía en la Málaga del siglo XX". *Revista de Historia Industrial*, 29:87-113.
- Priestley, Gerdá y Mundet, Luis.
1998 "The Post-Stagnation Phase of the Resort Cycle". *Annals of Tourism Research*, 25 (1): 85-111.
- Seguí, Miquel.
2001 "¿El destino de toda estación turística que alcanza la madurez es devenir un centro de turismo residencial? *Aportes y transferencias*, año 4: 11-26.
- Sing, Sagar
2011 "The tourism area "life cycle": a clarification". *Annals of Tourism Research*, 38: 1178-1187.
- SOPDE (Sociedad de Promoción y Desarrollo)
2008: *Observatorio turístico de la Costa del Sol*, Diputación Provincial de Málaga, http://www.sopde.es/subidas/publicaciones/pub_135.pdf, (acceso 01/08/2011),
- Thiel, Daniela.
2011 *Los impactos turísticos en la Costa del Sol*, Universidad de Málaga.
- Troncoso, C. y Lois, C.
2004 "Políticas turísticas y peronismo. Los atractivos promocionados en Visión de Argentina (1950)". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2: 281-294.
- Turespaña
1986-2000 *Guía de Hoteles y Camping*, Madrid: Secretaría General de Turismo.
- Tuner Louis y Ash John.
1991 *La Horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*, Madrid: Endymion.
- Urry, Y. J.
1990 *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*, London: Sage Publications.
- Urry Y, J.
2000 *Mobility and Proximity*, http://ville-en-mouvement.pagesperso-orange.fr/interventions/John_Urry.pdf, (acceso 02/08/2011)
- Vera, Fernando (coord.)
1997 *Análisis territorial del turismo*, Madrid: Ariel Geografía
- Vera, Fernando y Baños, Carlos
2010 "Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 53:329-353.
- Yus, R. y Torres, M.A.
2010 *Urbanismo difuso en suelo rústico*, Málaga: Gabinete de Estudios de la Naturaleza de la Axarquía.

Notas

- Este trabajo es parte de una investigación más amplia, incluida en el proyecto de Investigación Fundamental No Orientada, I+D+i, Ministerio de Economía y Competitividad, España: "Geografías de la Crisis: Análisis de los territorios urbano-turísticos de las Islas Baleares, Costa del Sol y principales destinos turísticos del Caribe" (CSO2012-30840) y el proyecto "Turismo y desarrollo en el sudoeste bonaerense" de Argentina (Proyecto 24/G051). Quisiera agradecer la ayuda e información proporcionada por la profesora Graciela Benseny, de la Universidad Nacional de Mardel Plata, Argentina.
- Este balneario tradicional se ha mantenido hasta la actualidad aunque en mal estado de conservación.
- El Paseo de inspiración de la Belle Epoque fue demolido y sustituido en 1941 por una sobria construcción.

- ⁴ Como en el caso de la Costa bonaerense, la especulación inmobiliaria fue uno de los motores de la expansión del fenómeno turístico.
- ⁵ En los años 60, la Costa del Sol era sinónimo de libertad de costumbres, modernidad, etc. Las películas dieron una imagen de libertad sexual que no existía en otras partes de España.
- ⁶ En el momento de la segregación, la oferta de alojamiento hotelero de la ciudad Málaga era de menos de 2.000 plazas, una cifra reducida frente a las 18.750 de Torremolinos.
- ⁷ Datos procedentes del Censo de Población 2001 (vivienda secundaria y vivienda vacía multiplicado por 3,5 usuarios).
- ⁸ Este término del ámbito de la normativa del urbanismo español hace referencia a cambios en la situación de la clasificación general del suelo. Las grandes ganancias señaladas proceden del cambio tipológico de suelo no urbanizable (suelo rústico o agrícola/ganadero) a suelo urbanizable, que deja de tener un aprovechamiento primario para pasar a tener condición urbanizadora. Este negocio fue y ha seguido siendo muy habitual en los procesos urbanizadores en los espacios turísticos y metropolitanos: comprar suelo rústico barato y venderlo como urbano. Por el contrario, en los destinos consolidados, lo habitual ha sido la recalificación, que cambia la intensidad de uso y la tipología edificatoria, lo que permite incrementar los volúmenes de construcción (esto se observa tanto en Málaga como en Mar del Plata).
- ⁹ Como muestra de la importante actividad ligada al turismo internacional y las compañías de bajo coste, el aeropuerto de Málaga registró 12 millones de pasajeros en el año 2010, de éstos unos 9,4 millones fueron extranjeros. En ese año más de la mitad del tráfico del aeropuerto se debió a compañías de bajo coste. En la misma fecha el aeropuerto de Ezeiza de Buenos Aires movió 8,78 millones de viajeros.

Recibido: 01/04/2012
Reenviado: 06/05/2013
Aceptado: 08/01/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

dourintour

À Descoberta do Douro das Quintas

visite-nos
www.dourintour.pt



Co-financiamento



UNIAO EUROPEIA
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional



PortoDigital



APHVIN GEHVID
ASSOCIAÇÃO GEHVIDA DO
MERCADO DA VITIVA E DO VINHO

Evolución y planeación urbana en la ciudad turística de Cabo San Lucas, Baja California Sur (México)

Jesús Bojórquez Luque*

Universidad Autónoma de Baja California Sur (México)

Resumen: El crecimiento de las ciudades debe de estar guiado por políticas públicas cuyo objetivo central sea la de configurar el espacio urbano que sea propicio para el desarrollo pleno de sus habitantes. Uno de los instrumentos fundamentales es la creación de instituciones locales para proyectar el crecimiento de la ciudad, así como los espacios de vida común para sus habitantes, donde tengan lugares de convivencia generando un tejido social sano y vigoroso. Este trabajo tiene como propósito analizar el modelo de estructura urbana para la ciudad de Cabo San Lucas que propone el Plan de Desarrollo Urbano a partir del modelo polinuclear, fortaleciendo un centro y tres subcentros urbanos y proponiendo una serie de mejoras y extensión de las instalaciones urbanas actuales.

Palabras clave: Planeación, modelo policéntrico, centro urbano, subcentro urbano, corredor urbano.

Evolution and urban planning in the resort town of Cabo San Lucas, Baja California Sur (Mexico)

Abstract: The growth of cities must be guided by public policy whose main objective is to set up the urban space that is conducive to the full development of its people. One of the key tools is the creation of local institutions to project the growth of the city, as well as common living spaces for its inhabitants, where living places are generating a healthy vigorous social fabric. This paper aims to analyze the pattern of an urban structure for the city of Cabo San Lucas proposed by the Urban Development Plan from a polynuclear model, strengthening an urban center three sub-centers and proposing a number of improvements and an extension of current urban facilities.

Key Words: Planning, Urban growth, Polycentric model, Urban center, Urban sub-center, Urban corridor.

1. Introducción

La ciudad es un ente vivo y dinámico, y su configuración se da por diversos factores, tanto físicos como sociales. En el caso de las localidades urbanas turísticas, su dinámica de urbanización se refiere a procesos que tienen como objetivo esencial de generar, comercializar, vender, adquirir bienes y servicios que causan placer, goce y disfrute a quienes de manera temporal visitan el destino turístico. Por ser lugares de ocio y entretenimiento, deben ser de significado extraordinario que provoquen

en la gente el desplazamiento de sus lugares de origen o residencia hacia la localidad turística. La vocación distinta de otras ciudades, ya sea esta de índole industrial, comercial, financiera entre otras, obliga a crear la necesidad de vacacionar, de ahí el surgimiento y multiplicaciones de los destinos de sol y playa en la mayoría de los países que tienen litoral y en algunos casos, la actividad turística marcó el rumbo de políticas públicas tendientes a dinamizar el crecimiento económico en vastas regiones (Clavé, 1998). Importante es impulsar políticas que encaminen hacia la sostenibilidad

* Sociólogo por la Universidad Autónoma de Sinaloa y Maestro en Economía del Medio Ambiente y de los Recursos Naturales de la Universidad Autónoma de Baja California Sur, México. E mail: jesbojorquez70@hotmail.com

dándole gran relevancia a las aspiraciones de los actores sociales involucrados, tanto en la percepción del destino de los visitantes, como las necesidades en la renovación del entramado urbano, tanto de la zona turística como residencial, involucrando a todos los actores para sus beneficios, haciéndolos corresponsables en la aplicación de mecanismos de planificación y gestión para la mejora constante del destino (Vera y Baños, 2010:330).

En el caso de la ciudad de Cabo San Lucas, se implantó un modelo turístico en los llamados Centros Integralmente Planeado (CIP) impulsado por el Estado mexicano a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). Aunque el modelo de los CIP pretendía una planeación metódica, su operación ha traído consecuencias duales; por una parte aspectos positivos como el promover regiones con poco desarrollo y que nunca había sido objeto de programas para apuntalamiento económico, el impulso del empleo tanto directos como indirectos, creación de infraestructura hotelera y dotación de servicios a las comunidades de carácter regional. Sin embargo también ha traído elementos de carácter negativo como la gran dualización de las sociedades locales, baja calidad en el empleo, crecimiento urbano desordenado a partir del crecimiento explosivo con el surgimiento de asentamientos irregulares y de alto riesgo, degradación medioambiental y aumento de conductas antisociales, entre otros aspectos (Baños, 2012)

La política local en el municipio de Los Cabos de concebir un Instituto Municipal de Planeación es un gran paso para delegar responsabilidades en la concreción de actuaciones públicas destinadas a diseñar instrumentos para una política urbana que le de coherencia al crecimiento de las ciudades.

Uno de los instrumentos más importantes en la configuración de la política urbana que proyecte un crecimiento ordenado en cualquier ciudad es contar con un Plan de Desarrollo Urbano que, por una parte, busque estrategias que corrijan las manifestaciones que trastocan la armonía de su configuración y, por la otra, sirvan para proyectar hacia futuro la clase de ciudad que queremos y las estrategias para lograrlo.

En el caso de la ciudad de Cabo San Lucas, Baja California Sur, ciudad que creció vertiginosamente a partir de los años ochenta, en medio de una política turística del Estado mexicano tendiente a implantar polos de desarrollo turístico como forma de dinamizar económicamente regiones poco desarrolladas, se propició un crecimiento planificado en el área de los proyectos turísticos, no así en el centro poblado que albergaría a una población inmigrante de otras partes del país, cada vez más creciente, en búsqueda de empleos mejor remunerados y que, a la par, demandarían

una gran cantidad de servicios y una gran presión sobre los recursos, entre ellos el suelo.

Como parte de una política articulada, en tiempos recientes se creó el Instituto Municipal de Planeación del Municipio de Los Cabos (IMPLAN-Los Cabos), siendo uno de sus propósitos fundamentales la actualización del Plan de Desarrollo Urbano, donde se diseñan estrategias para el crecimiento de los dos principales centros urbanos del municipio: San José del Cabo y Cabo San Lucas.

El trabajo que a continuación se presenta es un análisis de la actualización del Plan de Desarrollo Urbano para la ciudad de Cabo San Lucas, a partir de las características que presenta la localidad y los esfuerzos que se tendrán que realizar a partir de los objetivos que se plantean en dicho documento.

2. La ciudad

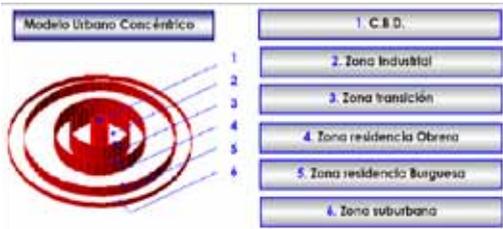
La ciudad es el lugar donde se manifiestan diferentes problemáticas y prácticas sociales; un cúmulo de fenómenos dignos de ser estudiados. Su conformación moderna surge y se desarrolla al amparo de la revolución industrial, que estimula la migración del campo a la ciudad, con la liberación de la mano de obra anteriormente monopolizada por las formas productivas medievales. Dichas condiciones en las cuales crecieron, como en el caso de Manchester (Engels, 1977:55) tiene semejanzas a las actuales, como en el caso de las ciudades de algunos países latinoamericanos, donde la marginalidad y la segregación territorial se expresan descarnadamente en medios insalubres, sin servicios, y en zonas de alto riesgo que marcan la difícil sobrevivencia para quienes comparten esos espacios.

La ciudad es el medio socio-espacial en el que las actividades allí asentadas, y el modo específico como se aglomeran los elementos que la constituyen reproduce la vida material del hombre y las relaciones sociales del modo de producción dominante (Scheingart, 1983:449). De ahí que la configuración del espacio es importante en la dinámica económica, social y cultural de las localidades urbanas. Conforme va creciendo una ciudad, adquiere ciertos rasgos que la definen, de modo que los diferentes teóricos han planteado diversos modelos de expansión urbana.

2.1 Modelos de crecimiento urbano

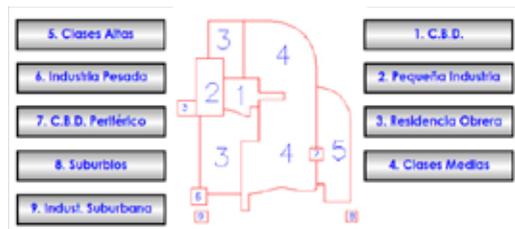
El modelo de crecimiento de la ciudad norteamericana nos refiere a un crecimiento expresado en términos de clases sociales, donde el centro deprimido de la ciudad es receptor de una gran masa inmigrante que llega a barrios derruidos y con grandes índices de drogadicción y delincuencia, donde deambulan los *homeless* y la prostitución.

Figura 1. Modelo de los círculos concéntricos.



Fuente: Tomado de Ramírez Carrasco (2003)

Figura 2: Modelo Polinuclear de Harris y Ullman



Fuente: Tomado de Ramírez Carrasco (2003)

Uno de los modelos urbanos más difundidos ha sido el de los círculos concéntricos, planteado por Ernest W. Burgess, representante de la escuela Ecologista de Chicago, en las primeras décadas del S. XX. Aparentando círculos concéntricos, la ciudad norteamericana pasa de un centro deteriorado a zonas con menos facturas por el paso del tiempo, hasta llegar a las zonas industriales y, por último, los suburbios, que están un poco más distantes de la mancha urbana, y donde viven las clases más acomodadas, que huyen del tráfico, el ruido y el vértigo del trajín constante de la ciudad central, así como de las zonas residenciales deterioradas.

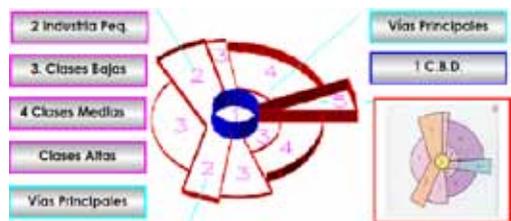
El modelo de Burgess es una abstracción estática de un proceso dinámico donde el ascenso de las clases más acomodadas se constata con la ocupación de los espacios más dignos, en detrimento del desplazamiento que someten a los menos afortunados (Hormigo, 2006:91). Hay quienes consideran que este modelo de crecimiento ha sido el de mayor referencia para analizar a las ciudades latinoamericanas por sus características estructurales comunes (Batres, 2012:96).

Otra posición teórica que expresa el crecimiento de las ciudades es el modelo polinuclear, donde se evidencian los efectos del crecimiento urbano con un potente espacio urbano central y un crecimiento basado en discontinuidades y vacíos internos expresados en la posición de las infraestructuras y de algunas dinámicas propias de los diversos núcleos urbanos en relación con la globalidad del proceso (Vilanova, 1997:57). Harris y Ullman argumentan que las ciudades tienen una estructura semejante a una configuración celular, en la cual, a partir de diferentes tipos de usos de suelo, se han formado o desarrollado una serie de núcleos poblacionales en el área urbana diseminada (Rojas et al, 2009:49). El modelo policéntrico alude que la ciudad tiene más de un centro concentrador de actividades, desarrollándose diversos sectores de la ciudad y que se expresa en la expansión de las localidades urbanas (Batres, 2012:100-101).

El Modelo de Crecimiento de los Sectores de Homer Hoyt completa el modelo de Burgess, pues propone un diagrama en el que los límites impuestos por los círculos concéntricos de Burgess se interrumpen y se amplían del centro a la periferia, adoptando formas irregulares (Rojas et al, 2009:72). Hoyt argumenta que la ciudad se manifiesta de manera radial con origen en el Distrito Central de Negocios, ampliándose con conectores hacia las periferias a partir de vías de comunicación que detonan su expansión en sus diversas manifestaciones, ya sea industrial, o residencial a partir de diferentes niveles de renta que diferencia las distintas zonas urbanas por clases sociales (Batres, 2012:99).

En la teoría de Hoyt es importante tener en cuenta el cambio, la movilidad y el crecimiento, cuyo principal estímulo es la atracción ejercida por los sectores más dinámicos de la población con mayor poder adquisitivo, que se desplazarán por las principales y rápidas vías de comunicación evitando el congestionado ambiente de la ciudad central. Entonces estas élites tenderán a desplazarse a la periferia pero con gran contacto con las áreas donde originalmente se desarrollaron y eran originarios.

Fig. 3 Teoría concéntrica de la estructura urbana y su aplicación en la ciudad de Chicago según Homer Hoyt.



Fuente: Tomado de Ramírez Carrasco (2003).

La ciudad latinoamericana, y en su caso la mexicana, aunque manifiesta algunos rasgos de la ciudad estadounidense, tiene la particularidad de la falta de planeación y la concurrencia de condiciones de una sociedad con grandes desigualdades, donde una importante parte de la sociedad trata por todos los medios de hacerse con una vivienda que está muy lejos de su alcance (Bojórquez Luque, 2011). Ahí se ve la importancia que tiene el Estado de generar unas condiciones aceptables y una aplicación de adecuadas políticas públicas para que la mayor parte de la población pueda adquirir un terreno donde pueda edificar su vivienda.

Como parte de la ciudad actual, y dentro de la tendencia a las grandes aglomeraciones urbanas, se maneja el término de las ciudades desdibujadas, debido a su gigantesco tamaño, como ocurre con la ciudad de México, que forma parte de una megalópolis que agrupa un entorno peri-urbano o suburbano compuesto por ciudades de distintos tamaños y funcionalidades. Como ejemplo tenemos la megalópolis compuesta por las ciudades, de Boston, New Haven, Nueva York, Philadelphia, Baltimore, y Washington, D.C., y que es conocida popularmente como BosWash, que presenta un continuo de unos 800 kilómetros de longitud. Otro caso es el de Los Ángeles, cuyo conglomerado urbano se asemeja a un estallido de piezas que generan espacios aislados, constituyendo ciudades fragmentadas, de ahí que la escuela de Los Ángeles enfatice en sus estudios y análisis sobre las inclinaciones posmodernistas de las unidades fragmentadas y separadas las unas de las otras en sus estudios sobre la ciudad (Monge, 2007).

Mapa 1. Área urbana denominada BosWash.



Fuente: Tomado de <http://pages.infinet.net/syrius/boswash.htm> 14/10/2012

En este efecto de ciudad diseminada es cuando las ciudades son pequeñas muestras de una tendencia hacia una expansión urbana relativamente concéntrica, dentro de la lógica en que la población busca posicionarse en una cercanía con el centro, que es donde se concentran las principales actividades y servicios de la localidad. En medio de este modelo de desarrollo, las ciudades empiezan a ser receptoras de un elevado flujo demográfico, que ya no puede ser absorbido, en los espacios cercanos a la ciudad central, de manera que la expansión urbana tiene a ubicarse en las periferias, lo que provoca la urbanización de terrenos rurales, tierras de cultivo de temporal o de riego y zonas de conservación ecológica (como bosques, los cuales van siendo presa ante la presión de las necesidades colectivas). Este proceso se da inicialmente, a lo largo de los caminos, carreteras o autopistas que unen a las ciudades con otras poblaciones de la región. Por estas rutas circula la población que habitando cerca de la gran ciudad se traslada a diario al centro urbano, convirtiéndose estas arterias en corredores urbanos donde, con el tiempo, se empiezan a ubicar una serie de infraestructuras en bienes y servicios, para satisfacer la demanda de la nueva población de la zona. Este fenómeno impulsa, a su vez, una tendencia de urbanización imparable (Bazant, 2008:119-120).

2.2. Expansión urbana en polos turísticos en México

De acuerdo con el informe sobre las ciudades mexicanas de la ONU-Hábitat (2011), en los últimos años las ciudades con mayor crecimiento fueron, además de las ciudades fronterizas, las ciudades turísticas, como puede ser el caso del área metropolitana de Cancún-Islas Mujeres. De la misma manera, aunque no en términos poblacionales absolutos, las localidades urbanas de Cabo San Lucas y San José del Cabo, en el estado de Baja California Sur, experimentaron algunas de las tasas más altas de crecimiento en el estado y del país (ver tabla 1), lo que generó una gran presión sobre los recursos, un crecimiento desordenado y problemas en su configuración.

Para entender el crecimiento explosivo de las ciudades turísticas del país, específicamente las costeras, es indispensable analizar la teoría de los Polos de Crecimiento, así como las consecuencias que tiene en la constitución del entramado urbano, a partir de un programa federal en instituciones públicas del ramo turístico donde se impulsan los llamados Centros Integralmente Planeados (CIP) específicamente por el Fondo Nacional de Turístico (FONATUR). Su objetivo es, desde el punto de vista gubernamental, ser una herramienta

Tabla 1. Las ciudades de Baja California Sur

CIUDAD	POBLACION				TASAS DE CRECIMIENTO		
	1990	1995	2000	2005	1990 1995	1995 2000	2000 2005
1. La Paz	137.641	154.314	162.954	189.176	2,04	1,28	1,72
2. Cabo San Lucas	16.059	31.377	48.143	87.876	12,6	10,5	11,2
3. Cd. Constitución	34.692	35.447	35.589	37.221	0,4	0,1	0,8
4. San José del Cabo	16.571	26.011	38.080	59.325	8,3	9,3	8,1

Fuente: Elaboración propia con datos de CONAPO. Sistema Urbano Nacional: Población y tasas de crecimiento, 1990-2000.

que ayude al desarrollo turístico, aunque, en la práctica, ha generado tanto efectos positivos como negativos, que más adelante revisaremos. Esta estrategia de desarrollo regional a partir de los CIP se acomoda perfectamente a la teoría de los polos de desarrollo, aun cuando su propuesta original era para los centros industriales (Peña Sánchez, 2006). Lo importante, como afirma la teoría, se da a partir de una actividad económica que originará fuerzas centrífugas y centrípetas que dinamizarán la economía, resultando un efecto multiplicador donde surgirán economías de escala que serán beneficiadas por el dinamismo de la actividad económica central, en este caso el turismo.

Perroux el principal exponente de esta teoría dice que el espacio económico es un campo de fuerzas, compuesta por polos que están en continuo movimiento, del centro hacia el exterior y viceversa. Es en ese sentido que Perroux argumenta que las empresas dominantes, debido a su eficiencia, son capaces de hacer uso eficaz de las innovaciones, lo que se traduce en un aumento en la producción. Este desempeño de las empresas dominantes se expandiría, generando un efecto multiplicador en la sociedad. Así desde el punto de vista de esta concepción, se debe dar un cierto grado de polarización para que las grandes masas se beneficien. Asimismo, esta teoría manifiesta que no en todas partes se presenta el crecimiento económico, sino que se manifiesta en “polos” de crecimiento variando en su intensidad y propagándose por diferentes vías de la economía. De acuerdo con lo anterior, un polo de crecimiento de desarrollo se concreta a partir de ciertas actividades propulsoras que impactan en torno a una periferia, siendo capaz de inducir al crecimiento (Tello, 2010:55-56). Así, para esta concepción teórica, los polos de crecimiento y desarrollo se ajustan a espacios sociodemográficos deprimidos que necesitan el impulso inicial de una actividad detonadora que surtirá efectos multiplicadores, elevando el nivel de empleo y de vida de la población beneficiada. En el caso presente, el turismo es el elemento detonador que impulsará

otras actividades a partir de los llamados polos de desarrollo turísticos impulsados por el Estado mexicano.

En 1980 se decretó la Ley Federal de Turismo, que tenía como objetivo promover tanto el turismo doméstico como el internacional; así como el fomento y desarrollo de la oferta turística, la conservación, la mejora de los recursos turísticos y, en general, la planeación y programación de la actividad turística.

Antecedentes importantes fueron en 1956, cuando se creó el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo, en el sexenio de Adolfo Ruiz Cortines; o en 1969, con el Fondo de Promoción e Infraestructura Turística, en el ocaso del sexenio de Gustavo Díaz Ordaz; o el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), que fue creado en enero de 1974, en el gobierno de Luis Echeverría Álvarez, y que, de acuerdo con la página oficial de la FONATUR, tiene como misión: “ser la Institución responsable de la planeación y desarrollo de proyectos turísticos sustentables de impacto nacional, el órgano de fomento a la inversión a la capacitación del sector, así como la entidad nacionalizada que aporte su experiencia a regiones, estados y municipios, y a la pequeña y mediana empresa”.

A través de sus operaciones, FONATUR ha impulsado la creación de polos turísticos, llamados por la institución como CIP en Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto, Huatulco y los más recientes de Nayarit-Litibú y Sinaloa-Teacapán.

Para nuestro país, la actividad turística en las zonas costeras es un elemento que tiene un peso muy importante para muchas regiones del país siendo el turismo de playa uno de los más importantes. Además de estos beneficios económicos, también se producen efectos perniciosos, desde el punto de vista urbano, social y ambiental, que vulneran el equilibrio ecológico de estas zonas costeras, con los lugares y ciudades que posibilitan la actividad (Enríquez, 2008).

El turismo, con su costo social y urbano importantes, se da a partir del crecimiento ex-

Tabla 2: Centros Integralmente Planeados por Fonatur

No.	CIP	ESTADO	AÑO DE INICIO
1	Cancún	Quintana Roo	1974
2	Ixtapa	Guerrero	1974
3	Los Cabos	Baja California Sur	1976
4	Loreto	Baja californias Sur	Años ochenta
5	Huatulco	Oaxaca	1985
6	Nayarit	Nayarit	En la actualidad
7	Sinaloa-Teacapán	Sinaloa	En la actualidad

Tabla 1. Elaboración propia con base a información de FONATUR

plosivo de la ciudad conectado a una constante precarización de la vida de los nuevos residentes, que llegan allí en búsqueda de oportunidades de trabajo, presentándose la posesión ilegal de terrenos, debido a su encarecimiento, además del aumento de la inseguridad y la imposibilidad de las administraciones municipales para dotarles de infraestructuras y equipamientos urbanos, y sin tener la capacidad para conducir de manera racional el crecimiento de la ciudad, por lo que las zonas de diversión de la parte dinámica de la ciudad no están al alcance de la mayoría, que solo actúan como trabajadores o prestadores de servicios (Enríquez, 2008).

Estas ciudades se caracterizan por contar con una vigilancia en las zonas ricas, que se manifiesta como forma de segregación, que vigila y castiga al que trasgreda los elementos que fomentan esa desigualdad. Los enclaves turísticos facilitan el control del espacio urbano por parte de las élites, modificando el consumo y reemplazando y suprimiendo la cultura local con nuevos elementos importados desde los países metrópoli. Estos espacios turísticos son planificados con sumo cuidado, con el fin de conferirles exclusividad, muy lejos de la cotidianidad callejera, donde las carencias son habituales entre los ciudadanos en su lucha constante por la supervivencia (Judd, 2003:52).

En el caso de los destinos turísticos costeros de México podemos ubicar dos tipos: el primero, que tiene que ver con los destinos tradicionales de playa, que originalmente eran puertos de actividades pesqueras e industriales que ahora están en declive, como Acapulco, Mazatlán y Veracruz (con excepción de Puerto Vallarta, antiguo pueblo de pescadores) y el segundo los CIP impulsados por FONATUR, como Cancún y Los Cabos (donde se localiza Cabo San Lucas, el caso estudiado).

3. El Centro Integralmente Planeado de Los Cabos

El Centro Integralmente Planeado de Los Cabos se encuentra en el extremo sur de la península de Baja California y del estado de Baja California Sur (ver mapa 2). Dicho estado cuenta con cinco municipios: Mulegé, Loreto, Comondú, Loreto, La Paz y Los Cabos (ver mapa 3). El polo turístico se encuentra en el municipio de Los Cabos, siendo sus principales centros urbanos las ciudades de San José del Cabo y Cabo San Lucas.

Mapa 2. Ubicación del estado de Baja California Sur.



Fuente: Instituto Municipal de Planeación del Municipio de Los Cabos (2011)

En el caso del destino turístico de Los Cabos, en 1974 se decretó la creación del Puerto de Cabo San Lucas, con todo el apoyo federal de FONATUR, que conjuntamente con la infraestructura urbana con que se estaba dotando a San José del Cabo, tenía como propósito consolidar lo que se llamaría el destino turístico internacional de Los Cabos (Balarezo, 1990:32). El Centro Integralmente

Mapa 3. Municipios del estado de Baja California Sur



Fuente: Fuente: Dirección de Informática y Estadística del Gobierno del estado de B.C.S http://spyde.bcs.gob.mx/die_cei_map_mun.php accesado el 20 de mayo de 2013

Planeado de Los Cabos empezó a operar en 1976, convirtiéndose en el tercer Centro Integralmente Planeado (CIP) creado por FONATUR, con un desarrollo turístico que abarca los poblados de San José del Cabo y Cabo San Lucas, conectados entre sí a través de un corredor de 33 km. de longitud, ubicado en el extremo sur de la península de Baja California, muy cerca de la costa oeste de Estados Unidos y Canadá (FONATUR, 2012).

Las inversiones siguieron fluyendo a Baja California Sur y, en el año de 1977, se inauguró el aeropuerto internacional de San José del Cabo, lo que convertía a este estado como el único en el país con tres aeropuertos internacionales (La Paz, San José del Cabo y Loreto-Nopoló), lo que indicaba que el turismo era la actividad más importante para el desarrollo del estado, aprovechando sus recursos naturales. Además, se continuaron las obras de varias infraestructuras urbanas en las dos ciudades turísticas del municipio, San José del Cabo y Cabo San Lucas; y se construyeron hoteles e infraestructuras turísticas en un corredor que uniría a estos dos centros, así como una ruta marítima entre Cabo San Lucas y Puerto Vallarta, Jalisco (Balarezo, 1990:32).

El acelerado crecimiento del sector del turismo en Los Cabos, ha significado una gran fuente de empleo y desarrollo económico, pero también ha significado, sobretudo el crecimiento de Cabo San Lucas, la incapacidad de los gobiernos estatal y municipal para resolver los problemas y necesidades de una población en constante crecimiento. Dicho crecimiento acelerado se debió al pasar la región y la localidad de una economía de autoconsumo a otra

orientada al sector terciario lo que impactó en una concentración geográfica y sectorial de la inversión, provocando externalidades negativas, como la baja calidad de vida en la población, la presión social sobre el suelo y la consecuente especulación del bien (Ángeles y Gámez, 2004). En ese escenario, descrito en el año 2004, es preciso subrayar que muchos asentamientos se establecerán en zonas de riesgo, por la complicidad entre las autoridades y los líderes de los colonos.

El crecimiento de la actividad turística en Baja California Sur, y específicamente en Los Cabos, ha tenido como consecuencia un aumento sin precedentes del fenómeno migratorio en la parte sur de la península de Baja California. Este desarrollo turístico afectó en gran medida a regiones como Mulegé y Comondú, ubicadas al norte del estado, que se convirtieron en municipios expulsores de población. La población del municipio de Los Cabos, donde se concentró el crecimiento turístico sudcaliforniano, creció de diez mil habitantes en 1970 a casi ciento setenta mil en 2005, lo que representó el 40% de los habitantes en el estado. De ser un conjunto de pequeñas localidades dedicadas a las actividades primarias, el municipio, y concretamente el corredor turístico San José-Cabo San Lucas, pasó a contar con más de catorce mil habitaciones de hotel, campos de golf exclusivos y ser visitado por más de un millón de turistas al año. Este gran desarrollo de la actividad turística ha convertido este destino en uno de los más importantes del país, junto con Cancún. Este dinamismo del turismo modeló el comportamiento demográfico del estado y, en especial, del municipio de Los Cabos, por lo que se convirtió en una entidad esencialmente receptora de inmigrantes. De acuerdo con los datos del INEGI, en el 2005 se trasladaron al estado 41.313 personas, cantidad que representa el 1,7% del total de inmigrantes internos ese año en México. Los estados que más aportaron en la inmigración en Sudcalifornia fueron: Sonora, con 21 de cada 100, Guerrero con 15, Veracruz con 8, Baja California con siete y el Distrito Federal con 6 de cada 100 (Gámez et al, 2010:225-226).

3.1 La Ciudad de Cabo San Lucas, Baja California Sur.

La ciudad de Cabo San Lucas no se puede concebir sin la existencia de la ciudad vecina, y cabecera municipal, de San José del Cabo, pues entre ambas localidades hay un flujo constante de recursos humanos y materiales, ya que están conectados por una carretera de 33 kilómetros de longitud, paralela al afamado corredor turístico de Los Cabos.

La insuficiencia de servicios urbanos es de tal magnitud que actualmente se reconoce este problema como uno de los más graves que tiene el estado de Baja California Sur, y cuya solución se plantea como uno de los principales objetivos que los gobiernos estatal y municipal se proponen atender en sus planes de gobierno. Abordar esta problemática constituye la justificación y el propósito fundamental de un programa de abatimiento del rezago urbano de Los Cabos y de Cabo San Lucas, en concreto.

Mapa 4. Ciudad de Cabo San Lucas, Baja California Sur



Fuente: Instituto Municipal de Planeación de Los Cabos (2011).

Durante los años ochenta la ciudad de Cabo San Lucas empezó a crecer, estimulada por la actividad turística creciente, lo que provocó fenómenos de migración interna, siendo el municipio de Los Cabos y concretamente Cabo San Lucas fuente de atracción de población de otros municipios del estado. De la misma forma se dió un proceso de migración desde otros estados del país, en búsqueda de fuentes de empleo. En estas circunstancias, el centro fundacional de la localidad se consolidó entorno al área del puerto y su centro comercial. Así, la expansión de la mancha urbana se duplicó en el año de 1993, al urbanizarse las zonas alejadas, algunas de las cuales eran tierras ejidales (como las colonias Ejidal y Arenal), así como la colonia Obrera y la 4 de Marzo; además de una colonia lejana a la mancha urbana, considerada un suburbio, Lomas del Sol. De la misma forma se desarrollaron asentamientos de altos ingresos como el fraccionamiento El Pedregal, cercano a la zona de marina (Bojórquez Luque, 2013).

En el periodo 1993-2004 se dió la mayor expansión territorial de la ciudad, surgiendo colonias como Los cangrejos, Hojazen, Miramar,

Jacarandas, La Jolla, Arcos del Sol, Lagunitas, Arcos del Sol, Mesa Colorada, El Caribe; así como fraccionamientos que se ubican en la zona del corredor turístico.

Mapa 5. Crecimiento Histórico de la ciudad de Cabo San Lucas, B.C.S



Fuente: Instituto de Planeación de Los Cabos (2011).

4. Estrategia para el mejoramiento del equipamiento urbano de Cabo San Lucas de acuerdo con el Plan de Desarrollo Urbano de Los Cabos.

De acuerdo con el documento de actualización del Plan de Desarrollo Urbano (2011:202) en su sección de nivel estratégico, uno de los objetivos centrales es rehabilitar el tejido urbano, realizando acciones para arreglar las infraestructuras urbanas dañadas, así como los espacios y edificios públicos, para mejorar los espacios de convivencia y, a la vez, impactar en la reactivación económica de la localidad. Para lograrlo se plantea consolidar, fortalecer y desarrollar corredores y subcentros urbanos que coadyuven a la cohesión social, consolidando los equipamientos, mejorando las viviendas y fortaleciendo los espacios públicos abiertos. Dichos planes requerirán una gran inversión pública para que logre impactar en el deteriorado tejido urbano-social que allí se padece, y que lo convierta en un centro urbano local que se integre de manera más armónica en el destino turístico global, propiciando un sentido de pertenencia, y cuyo impacto en el desarrollo del destino sea tanto en lo social como en lo económico.

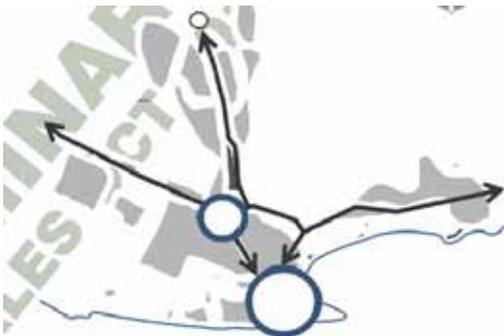
4.1 Modelo de estructura urbana de Cabo San Lucas

La estructura urbana de Cabo San Lucas que propone el Plan de Desarrollo Urbano que está en proceso de construcción es de tipo policéntrico, donde el principal espacio concentrador de activi-

dad se localiza en la zona de la marina turística, y el principal subcentro es el espacio donde se ubica el edificio administrativo del gobierno local (conocido como Delegación Municipal). La distribución del entramado vial actual confluye de forma pronunciada y con poca funcionalidad en estos centros, ya sea por lo accidentado de su topografía, o por la mala distribución espacial de los asentamientos que han obstaculizado el continuo vial, lo que provoca el estrangulamiento y lentitud en los flujos vehiculares para trasladarse de una zona a otra de la ciudad (Implan-Los Cabos, 2011).

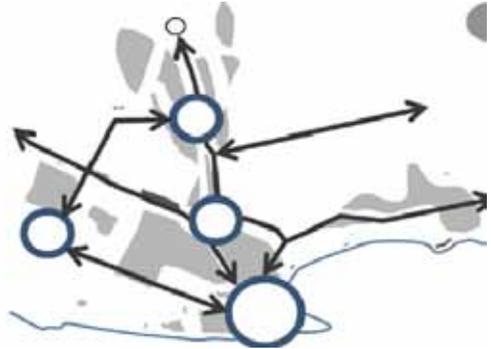
Esta forma de la estructura urbana, planteada por el Implan-Los Cabos, sigue el modelo policéntrico propuesto por Harris y Ullman, que plantea la existencia de un solo Distrito Central del Negocios o ciudad central, siendo éste el de la zona de la marina turística que tiene mayor accesibilidad y mayor valor catastral. Además, sugiere la aparición de otras zonas de la ciudad que entrarán en competencia, conformándose una red de subcentros urbanos, aunque la primacía del tejido urbano seguirá siendo el Distrito Central. En ese sentido, la institución rectora de la planificación municipal plantea un centro urbano y tres subcentros dentro de la ciudad: La ciudad central o de negocios, donde se concentran las actividades comerciales de la localidad; el subcentro urbano alrededor de la Delegación Municipal, donde se da la tramitología del gobierno; el subcentro urbano de Lomas del Sol, que creció como un suburbio y donde ahora se concentran algunas actividades de tipo comercial (y que para efectos del INEGI representa un asentamiento aparte de la población central) y, por último, el subcentro urbano Los Cangrejos

Fig. 4. Estructura vial actual de Cabo San Lucas, B.C.S



Fuente: Instituto Municipal de Planeación de Los cabos (2011)

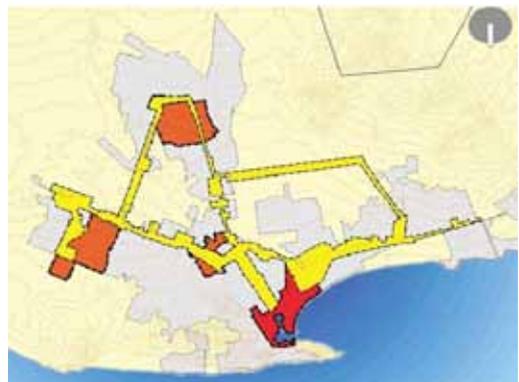
Fig. 5 Estructura vial propuesta para mejorar el flujo vial de la ciudad de Cabo San Lucas, B.C.S



Fuente: Instituto Municipal del Planeación de Los cabos (2011).

La estrategia municipal plantea la consolidación de los diversos subcentros, para lo cual se menciona una reestructuración de los nodos viales para fortalecer la accesibilidad a los subcentros con el propósito de dinamizar la vida interna de la ciudad. Esta accesibilidad se logrará desarrollando corredores urbanos que le den conectividad a estos núcleos urbanos, para lo cual se tendrá que diseñar e instalar una serie de equipamientos, tanto para el transporte de uso particular como de carácter público, así como de ciclovía para quienes usen medios alternativos de transporte (Implan-Los Cabos, 2011: 216). El plan contempla cuatro corredores que conectarán el centro y los subcentros urbanos y le darán fluidez a la vida interna de la ciudad.

Mapa 6. Corredores urbanos propuestos por el Implan-Los cabos para la ciudad de Cabo San Lucas



Fuente: Instituto Municipal de Planeación de Los Cabos (2011)

4.2 Corredores urbanos

a) Corredor Urbano Carretera Transpeninsular-Av. Constituyentes-Carretera Transpeninsular.

La Carretera Transpeninsular es la principal vía de acceso a Cabo San Lucas que al internarse en la ciudad se constituye como Avenida Constituyentes, que la atraviesa en el sentido poniente-oriental, siguiendo una continuidad al oriente con dirección al centro de la población de San José del Cabo, y convirtiéndose en la única vía de conexión entre estas dos localidades. El corredor conecta los subcentros urbanos y llega hasta el centro urbano de Cabo San Lucas (ver Mapa 7).

Sin duda alguna, este corredor es el de mejores condiciones. Esta vía conecta a la ciudad de

Cabo San Lucas tanto con San José del Cabo como con la capital del estado. En el año 2007, el gobierno federal contempló como proyecto prioritario el tramo de carretera entre La Paz y Los Cabos, ampliándose a cuatro carriles el tramo que anteriormente era de dos carriles (de las oficinas delegacionales, hasta su conexión con la carretera La Paz-Los Cabos). De acuerdo con los datos del gobierno federal, en el periodo 2007-2012 se aprobaron recursos para esa importante arteria federal (SCT, 2007), actualmente está dicha obra, dándole gran fluido y comunicación a ambas ciudades. Esta inversión ha impactado de manera positiva en este corredor urbano, sobre todo en los tramos de la Delegación a Todos Los Santos y en la modernización del tramo de la avenida Constituyentes rumbo a San José del Cabo.

Mapa 7. Corredor Urbano Carretera Transpeninsular- Av. Constituyente-Carretera Transpeninsular



Fuente: Instituto Municipal de Planeación de Los Cabos (2011)

b) Corredor Urbano Leona Vicario

La Avenida Leona Vicario es de las más importantes, pues conecta el centro de la ciudad con el subcentro urbano de Lomas del Sol, siendo

la única que integra las colonias del norte de la ciudad con el resto de la localidad, además de enlazar el centro turístico de Cabo San Lucas con el aeropuerto (ver mapa 8). Las zonas aledañas a este corredor urbano tienen un uso intenso del suelo, desarrollándose colonias de tipo popular de alta densidad poblacional, por lo que es una importante vía de transporte público.

Mapa 8. Corredor Urbano Leona Vicario



Fuente: Instituto Municipal de Planeación de Los Cabos (2011).

Este corredor se asienta en el sector de la ciudad que presenta un gran dinamismo de crecimiento, y donde se encuentran las reservas territoriales del municipio (colonia Leonardo Gastélum). Esta importante avenida une a la avenida Constituyentes (conocida como El Bordo) con el aeropuerto de Cabo San Lucas, que opera vuelos de pequeñas compañías aéreas y que conecta al puerto con Sinaloa, Sonora y Jalisco; así como con otras localidades del estado, como La Paz y Constitución. Dicho aeropuerto también es usado para vuelos charter y por aviones privados.

Este corredor es usado de manera permanente por la población de las colonias aledañas, como La Jolla, Lagunitas, Lomas del Sol, Caribe, Caribe-INVI, Mesa Colorada, Aura, Las Palmas, Las Palmas Homex, Leonardo Gastélum, El Progreso y Tierra y Libertad, zona caracterizada por asentamientos populares de bajos ingresos.

Hasta el 2010, esta arteria estaba pavimentada con dos carriles hasta Caribe-INVI, cuyo trazo ya estaba muy dañado. Sin embargo, el Fideicomiso de Obras de Infraestructura Social de Los Cabos (FOIS), inició su pavimentación, por lo que en la actualidad dispone de cuatro carriles y pavimento hidráulico, lo que ha beneficiado enormemente el flujo vehicular, reduciéndose los tiempos de

traslados para la gente que transita en ese sector de la ciudad.

A pesar de que la obra ya concluyó, ésta todavía tiene algunos puntos críticos, como la intersección al Arroyo Salto Seco, que al ser el desfogue de las aguas pluviales daña continuamente el pavimento. De la misma forma, hay un pequeño trecho sin pavimentar a un lado del tramo del Arroyo Salto Seco por un litigio de un propietario, lo que dificulta el tránsito en ese tramo.

c) Corredor Urbano Nicolás Tamaral

Esta vialidad es de creciente circulación, ya que recientemente se han instalado diferentes asentamientos (ver mapa 9). Se encuentra en sentido norte-sur, y conecta los asentamientos de Las Palmas, Chula Vista, Lomas del Valle, Miranda y Azteca con la carretera Transpeninsular. La zona es de tipo habitacional de alta densidad, donde el Plan de Desarrollo Urbano contempla consolidar la ruta de transporte público edificando las infraestructuras adecuadas para el libre flujo de éste.

Este corredor está en medio de tierras ejidales pertenecientes al Ejido Cabo San Lucas, por lo que es indispensable que las autoridades municipales trabajen coordinadamente con el núcleo agrario para desarrollar este corredor urbano, indispensable para desfogar en buena medida el flujo vehicular, pues el crecimiento de la ciudad tiende a concentrarse en esa zona de la ciudad, lo que provoca una gran movilidad de vehículos en las horas pico, y de ahí la gran importancia para pavimentar dicha vía, lo que le dará mayor dinamismo a ese sector.

Mapa 9. Corredor Urbano Nicolás Tamaral



Fuente: Instituto Municipal de Planeación de Los Cabos (2011)

d) Corredor Urbano Alta Tensión

Este corredor urbano es el menos consolidado y cuando se dote de las oportunas infraestructuras conectará la zona residencial turística de muy baja densidad con la zona popular del subcentro urbano de Lomas del Sol (ver mapa 10). El Plan contempla el impulso de comercios y servicios, ya que es un corredor de usos mixtos moderados que podrá desarrollar equipamientos y comercios para la población de la zona de El Tezal.

Mapa 10. Corredor Urbano Alta Tensión



Fuente: Instituto Municipal de Desarrollo (2011)

Esta avenida ya ha sido objeto de inversión por parte del FOIS, que realizó un estudio de ingeniería a la par con la avenida Nicolás Tamaral y con la avenida Cabo San Lucas según adjudicación de licitaciones del año de ejercicio 2009 (Secretaría de Finanzas de B.C.S, 2012), en la actualidad, se han iniciado obras de introducción de infraestructura hidráulica y de drenaje, para pasar a una etapa posterior de pavimentación.

4.3 Centro y subcentros urbanos: nodos concentradores de actividad

La estrategia de convertir la estructura actual de las ciudades estableciendo y consolidando modelos policéntricos, donde se concentrarán los servicios y comercios, equipamientos y viviendas en distintos puntos de la ciudad, es para establecer que las actividades cotidianas de la población generen en estos lugares una identidad propia que pueda tener una lectura del espacio, así como establecer vocaciones dentro de cada uno de los centros y subcentros concentradores de actividad. En el fondo la estrategia busca revertir la dispersión urbana que genera grandes costos a sus habitan-

Mapa 11. Principales elementos de infraestructura y de servicios de Cabo San Lucas.

ID	Elemento
A	Marina
B	Pabellón cultural
C	Playa Empacadora
D	Plaza Amelia Wilkes
E	Museo CSL
F	Escuela Primaria
G	Escuela Secundaria
H	Preescolar
I	Clínica del IMSS
J	Oficinas de migración
K	Correo
L	Telégrafo
M	Comandancia de policía
N	Oficinas (Gov. Mpal.)
O	Bomberos
P	Cerrito del timbre

Fuente: Instituto de Planificación de Los Cabos (2011).

tes. Por ello se plantea la diversidad de centros y subcentros urbanos con vocación propia para soportar elementos homogéneos que crean espacios especializados y de concentración de dinámicas comunes entre la población.

Hay varios ejemplos de este tipo de localidades urbanas de conformación policéntrica, como el caso de la ciudad de Lima, Perú (González de Olarte y del Pozo, 2012), donde se da una concentración de fuerza laboral, localizándose en ese sentido diez centros con gran actividad económica y laboral; de la misma forma el caso de Santiago de Chile, que con el tiempo y a raíz de la multiplicación de actividades económicas pierde su carácter monocéntrico a uno policéntrico (Escolano y Ortíz, 2005); el caso de Montevideo, Uruguay con una tendencia al surgimiento de centros emergentes, además de la existencia de las centralidades tradicionales (Schelotto, 2008). Así como muchas ciudades, Cabo San Lucas, ha desarrollado un centro y tres subcentros urbanos, la cual la autoridad municipal plantea potencializar para el aprovechamiento máximo de la ciudad.

a) Centro Urbano de Cabo San Lucas

El centro urbano de Cabo San Lucas es el principal nodo de comercios y servicios del centro de la población y es el lugar donde se genera la mayor actividad turística. Actualmente cuenta con equipamientos de nivel regional para albergar servicios de cultura e infraestructura marítima principalmente. Esta zona de la ciudad concentra gran parte de

la actividad comercial, de entretenimiento y de servicios turísticos, siendo su principal eje conector la avenida Lázaro Cárdenas, donde colindan diversas negociaciones de múltiples giros y donde fluyen gran cantidad de turistas que acuden al centro de población en busca de actividades de ocio.

La estrategia es consolidar el centro de Cabo San Lucas (ver mapa 11) como el nodo de actividad comercial-cultural-turística de la ciudad. El polígono de actuación contempla una superficie de 155 hectáreas, donde se presentan usos mixtos moderados e intensos, usos de alojamiento turístico, residencial turístico y se establece la poligonal de actuación del desarrollo turístico integral de Fonatur.

Los equipamientos complementarios que se contemplan para la consolidación del centro urbano se basan en la instalación de bibliotecas virtuales de escala municipal, escuelas integrales de arte, zona de auditorios y cines y andadores recreativos de playa establecidos en el médano, así como la consolidación del balneario de la playa La Empacadora. En la actualidad, infraestructuras culturales como el Pabellón Cultural, el museo e instalaciones culturales del Cerrito del Timbre se encuentra en esta zona de la ciudad, resultando ser la parte más equipada en términos de infraestructura urbana de la ciudad.

b) Subcentro urbano Delegación Cabo San Lucas

El subcentro localizado en el centro de la ciudad de Cabo San Lucas (ver mapa 13) cuenta con una superficie de 74 Has. Es el subcentro donde se desarrollan las principales actividades de la población

Mapa 12. Marina Cabo San Lucas



Fuente: Administradora Portuaria Integral Cabo San Lucas <http://www.fonaturoperadoraportuaria.gob.mx/micrositios/API/CaboSnLucas/ElPuertoCSL.asp>

en tramitología de algún servicio público ya que es ahí donde están ubicadas las oficinas delegacionales de la administración pública municipal. Alrededor de este subcentro se encuentran instalaciones deportivas, servicios de salud, educativos y comerciales que le dan dinamismo a la zona.

c) Subcentro urbano Lomas del Sol

Ubicado al norte de la ciudad (ver mapa 14), este subcentro de nueva construcción brindará servicios básicos a los habitantes de esa zona de la ciudad, para hacer más eficientes sus dinámicas urbanas y acercando los equipamientos adecuados para el desarrollo de sus habitantes. La estrategia es instalar equipamientos que sean un complemento a los servicios de administración y de comercio, por

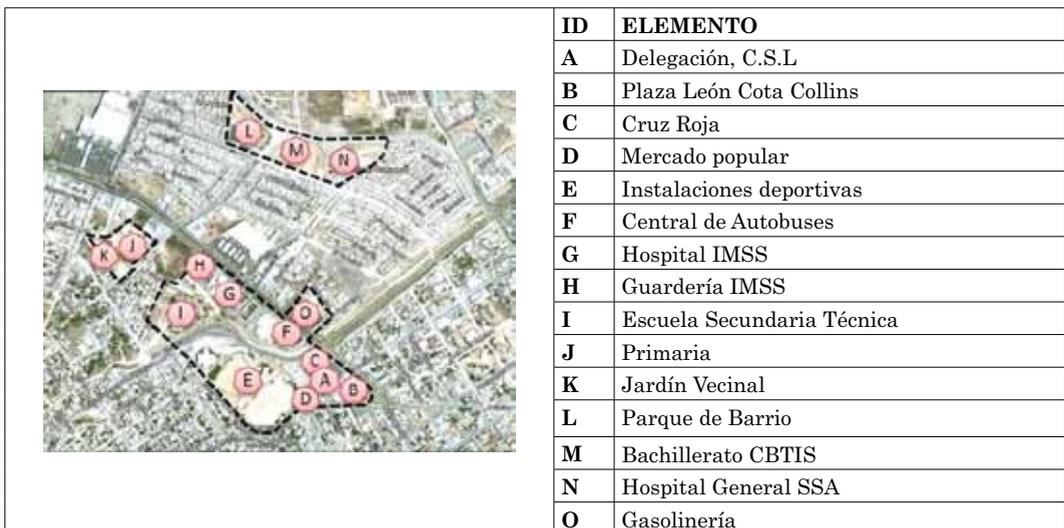
lo que se proponen una serie de construcciones, que va desde un nivel básico hasta equipamientos de cobertura a nivel ciudad, aprovechando la localización estratégica de la zona.

En esta zona, que es la de mayor crecimiento y donde se concentra la zona habitacional popular, sus áreas de influencia son: Lomas del Sol, Mesa Colorada, Las Palmas, Las Palmas Homex, Cabo Fierro, Fraccionamiento Miranda, Lomas del Valle, Fraccionamiento Aura, Chula Vista, El Caribe, Caribe-INVI, Leonardo Gastélum, Lagunitas, El Progreso, Tierra y Libertad.

Muchas son las carencias en torno a este subcentro urbano, también llamado Colonia del Sol, aunque de acuerdo con el INEGI, presenta un grado de rezago social muy bajo, pues según cifras del año 2005, de acuerdo con un estudio de Ángeles y León (2012), sus veintisiete mil habitantes tenían carencias importantes. Un ejemplo de ello es que alrededor del 60% de las viviendas no tenían agua, otro 60% carecía de lavadora, el 25% tenía piso de tierra y no contaba con refrigerador (elemento importante por ser una zona muy calurosa y de características desértica). Este sector de la ciudad, además, presentaba grandes deficiencias educativas donde más de la mitad de la población de 15 ó más años no había completado su educación básica, y alrededor del 40% no contaba con servicios de salud.

Para la consolidación de este subcentro urbano es importante invertir en obra social que integre de manera más armónica a los habitantes, como bibliotecas, guarderías, centro cultural, instalaciones deportivas de uso público.

Mapa 13. Centro Urbano Delegación de Cabo San Lucas



Fuente: Instituto de Planeación de Los Cabos (2011).

Mapa 14. Subcentro Urbano Lomas del Sol

	ID	ELEMENTO
	A	Telesecundaria
	B	Estación de Bomberos
	C	Centro escolar preescolar y primaria
	D	Zona comercial
	E	Parque vecinal
	F	Centro escolar preescolar y primaria
	G	Instalaciones militares
	H	Supermercado de cadena
	I	Gasolinería
J	Gasolinería	

Fuente: Elaboración propia a partir de recorrido de campo y ubicación en Google Earth.

d) Subcentro Urbano Don Khol-Los Cangrejos

Este subcentro se localiza a poniente del centro de población de Cabo San Lucas (ver mapa 15), en él se prevé la construcción de equipamientos urbanos para dar servicio a la población de las colonias Cangrejos y Brisas del Pacífico, entre otros.

La población de gran parte de esta zona de la ciudad es de clase baja (Col. Cangrejos) y clase media (colonias Brisas del Pacífico, Hojazen, Agua Clara, Altamira, etc.). La estrategia que se propone para consolidar el subcentro poniente de San Lucas es darle una vocación deportivo-recreativa, aprovechando y consolidando el equipamiento de espectáculos y de práctica deportiva ya instalada (como es el estadio de fútbol profesional y el campo de fútbol americano), además de centros educativos de nivel secundario y

medio, así como bibliotecas. Se plantea la instalación de gimnasio, piscina y polideportivo; además de la construcción de bibliotecas y una plaza pública, un parque urbano e instalaciones de salas cine. Sin duda esto requiere una fuerte inversión pública, así como la confluencia con la inversión privada sobre todo en lo referente al impulso de infraestructura recreativa como las salas para el llamado séptimo arte.

Consideraciones finales

Uno de los fenómenos que en el estudio del desarrollo de una ciudad requiere explicación es la manera como se configura su espacio, y para ello hay una serie de posibles modelos. En la configuración de las ciudades los modelos planteados por los teóricos estadounidenses en muchos sentidos

Mapa 15. Subcentro urbano Don Khol

	ID	ELEMENTO
	A	Complejo deportivo Don Khol
	B	Centro de salud
	C	Primaria
	D	Preescolar
	E	Instalaciones educativas (secundaria y primaria)
F	Instalaciones deportivas	

Fuente: Instituto Municipal de Planeación de Los Cabos (2011).

se acomodan a la ciudad latinoamericana, concretamente a las mexicanas.

La localidad de Cabo San Lucas, ha experimentado un gran crecimiento urbano a partir de aplicación del modelo de desarrollo urbano en los llamados CIP de FONATUR, lo que originó un crecimiento acelerado con altas tasas poblacionales en las últimas décadas, esto provocó transformaciones territoriales importantes fuera de la lógica de planeación implementados por el Estado mexicano para la zona de servicios turísticos del destino, y que se manifestó en una gran dualidad y déficit de infraestructura urbana en la zona que alberga a los trabajadores que le dan servicio a los complejos hoteleros. Importante es el desarrollo de una política de planeación urbana que revierta o reduzca de manera importante esta dualización y que genere condiciones de mayor armonía entre la población de la ciudad.

En el caso de la ciudad de Cabo San Lucas, el Plan de Desarrollo Urbano actual plantea consolidar una tendencia policéntrica, siguiendo el modelo planteado por Harris y Ullman, que proponen una serie de vacíos urbanos y el surgimiento y consolidación de un centro y subcentros urbanos.

El gobierno local de Los Cabos ha dado un paso importante al crear el Instituto Municipal de Planeación de Los Cabos (IMPLAN-Los Cabos) para revertir la situación de caos que originó el acelerado crecimiento de esta ciudad desde la década de los ochenta, y que se expresó en la falta de capacidad de los tres niveles de gobierno para proyectar un crecimiento armónico y proveer de adecuados servicios a una gran masa de población atraída por el desarrollo del turismo a partir del impulso del CIP de los Cabos.

El primer instrumento realizado por el IMPLAN-Los Cabos fue la actualización del Plan de Desarrollo Urbano, que se plantea una política hasta el año 2040 y que formula una serie de propuestas encaminadas a consolidar una ciudad policéntrica, donde se fortalezcan el centro y los subcentros.

Se trata de una iniciativa ambiciosa para incorporar los diferentes sectores de la ciudad y hacer de la localidad un ente dinamizado por corredores urbanos que integren la ciudad con sus habitantes. Esos sectores, llamados centro y subcentros urbanos, sobre todo los ubicados en el norte y oriente de la ciudad, requieren de un plan de inversión elevado para dotarles de las infraestructuras suficientes, como parques, bibliotecas, instalaciones deportivas, centros educativos, etc., para darles coherencia e integración con el restante entramado urbano. Por ello, un gran reto será conseguir los mecanismos de financiación adecuados para revertir estas grandes carencias de infraestructuras sociales en gran parte de la ciudad, cristalizando la viabilidad de los corredores urbanos, sobre todo la Nicolás Tamaral y la de Alta

Tensión, que de manera urgente demandan su pavimentación. Necesario será también asegurar la continuidad del Plan por encima de los cambios naturales en la administración municipal, a partir de los relevos gubernamentales.

El éxito de un destino turístico está ligado a la incorporación y apropiación de la ciudad por parte del sector que provee de mano de obra a la actividad económica, lo que, de no realizarse, puede suponer una polarización que cancele la posibilidad de tener la paz social indispensable para el goce y disfrute de quienes vienen a consumir el producto turístico.

Bibliografía

- Ángeles Villa, M. y Gámez A. E.
2004 "Crecimiento turístico y desarrollo humano en B.C.S". Ponencia en Seminario Anual de Investigación del la Cuenca del Pacífico. Universidad de Colima. Colima, México.
- Ángeles Villa, M. y Juárez, E.
2012 "Vulnerabilidad social ante el cambio climático en Baja California Sur". Gobierno de B.C.S. Coordinación General de Desarrollo Sustentable. Proyectos Estratégicos - PEACC - Módulos. La Paz, México.
- Balarezo, T.
1990. *Viabilidad del sector turístico en el Desarrollo Socio-Económico de Baja California Sur, desde una perspectiva ambiental (caso de Los Cabos, BCS)*. Tesis de Maestría en Desarrollo Regional. Colegio de la Frontera Norte. Tijuana, México.
- Baños, J.
2012 "Ocupación del territorio litoral en las ciudades turísticas de México". Revista Bitácora Urbano Territorial, Col. 20, núm. 1. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, pp. 41-52.
- Batres, J.
2012 *Crecimiento urbano e industrial, consecuencias ambientales en las lagunas urbanas y periurbanas en Tampico-Madero-Altamira del sur de Tamaulipas (México). Análisis de 1823 a 2010*. Tesis Doctoral. Universitat de Barcelona. España.
- Bazant, J.
2008 "Procesos de expansión y consolidación urbana de bajos ingresos en las periferias". Revista Bitácora Urbano Territorial, Vol. 13, Núm. 2, junio-diciembre, 2008, pp. 117-132. Universidad Nacional de Colombia.
- Bojórquez Luque, J.
2011 "Importancia de la tierra de propiedad social en la expansión de las ciudades en México". Ra Ximhai, mayo-agosto, año/Vol. 7, Número 2. Universidad Autónoma Indígena de México. Mochicahui, El Fuerte, Sinaloa. pp. 297-311.

- Bojórquez Luque, J.
2013 *Expansión urbana en áreas ejidales en el marco de las reformas al artículo 27 constitucional y el desarrollo turístico en Cabo San Lucas, B.C.S.* Tesis de maestría. UABCS. La Paz, México.
- Clavé, S.
1998 "La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística". *Documents d'anàlisi geogràfica*, N° 32. Universitat Autònoma de Barcelona-Universitat de Girona, España. pp.. 17-43
- CONAPO
2002 *Sistema Urbano Nacional: Población y tasas de crecimiento, 1990-2000*. México, D.F.
- Engels, F.
1977 *La situación de la clase obrera en Inglaterra*. Ed. de cultura Popular. México.
- Enríquez, J.
2008 "Segregación y fragmentación en las nuevas ciudades para el turismo. Caso Puerto Peñasco, Sonora, México". *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora, Volumen I, Número 1, septiembre de 2008.
- Escolano, S. y Ortíz, J.
2005 "La formación de un modelo policéntrico de la actividad comercial en el Gran Santiago (Chile)". *Revista Geografía Norte Grande*, núm. 34. Pontificia Universidad católica de Chile. Pp. 53-64.
- FONATUR
2012 "Proyectos y desarrollos". <http://www.fonatur.gob.mx/es/index.asp> Accesado el 9 de octubre de 2012.
- Gámez, A. E. et al
2010 "Las mujeres en la migración interna y empleo informal en Baja California Sur". *Revista de estudios de Género La Ventana*, vol. 4, núm. 32. Universidad de Guadalajara. Guadalajara, México.
- González de Olarte, E. y Del Pozo, J.
2012 "Lima, una ciudad policéntrica. Un análisis a partir de la localización del empleo". *Investigaciones Regionales*, Núm. 23. Asociación Española de Ciencia Regional. España. pp. 29-52.
- Hormigo, P.
2006 *La evolución de los factores de localización de las actividades*. Tesis doctoral. Departamento de Infraestructura del Transporte y del Territorio. Universidad Politécnica de Cataluña. España. Instituto Municipal de Planeación de Los Cabos
- 2011 *Actualización del Plan de Desarrollo Urbano San José del Cabo-Cabo San Lucas 2040*. Versión preliminar. Nivel estratégico. Los Cabos, México.
- Judd, D.
2003 "El turismo urbano y la geografía de la ciudad". *Revista Eure* vol. XXIX, núm. 87, Santiago de Chile, pp. 51-62.
- Monge, F.
2007 "La ciudad desdibujada. Aproximaciones antropológicas para el estudio de la ciudad". *Revista dialectológica y tradiciones populares*, enero-junio, vol. LXII, n.º 1. Instituto de la Lengua, Literatura y antropología-Consejo Superior de Investigaciones Científicas. España.
- ONU-HABITAT
2011 *Estado de las ciudades en México 2011*. ONU-HABITAT-SEDESOL. México. D.F.
- Peña Sánchez, A.
2006 *Las disparidades económicas intrarregionales en Andalucía*. Tesis doctoral. Universidad de Cádiz, Departamento de Economía General. España.
- Ramírez Carrasco, F.
2003 *Valoración de la congruencia espacial entre la actividad residencial y terciaria en el centro urbano de Barcelona*. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Cataluña. España
- Rojas, C. et al
2009 "Estructura urbana y policentrismo en el Área Metropolitana de Concepción". *Revista Eure*, Vol. XXXV, N° 105. Santiago de Chile.
- Schelotto, S.
2008 "La ciudad de Montevideo: ¿una metrópoli policéntrica?". *Centro-h, Revista de la Organización Latinoamericana y del Caribe de Centros Históricos* No. 2, diciembre 2008, pp. 37-46
- Schteingart, M.
1987 "Expansión urbana, conflictos sociales y deterioro ambiental en la Ciudad de México". *Estudios demográficos y urbanos* Vol. 2, núm. 3 (6). El Colegio de México. México, D.F.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes
2007 *Programa carretero 2007-2012 y sus 100 proyectos estratégicos*. México, D.F.
- Secretaría de Finanzas de B.C.S
2012 Adjudicación de licitaciones. Fideicomiso de Obras e Infraestructura Social Municipio de los Cabos (FOIS Los Cabos). http://secfin.bcs.gob.mx/finanzas/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=7&Itemid=918 accesado el 10 de octubre de 2012.
- Tello, M.
2010 "Del desarrollo económico nacional al desarrollo local: aspectos teóricos". *Revista CEPAL* 102. Santiago de Chile.
- Vilanova, J.
1997 "Las tramas residenciales en la Barcelona metropolitana". *Papers. Regió Metropolitana de Barcelona*, núm. 26, Pp.. 53-70.
- Vera, F. y Baños, C.
2010 "Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* N.º 53. Universidad de Alicante. España. pp. 329-353.

Recibido: 15/04/2013

Reenviado: 09/01/2014

Aceptado: 11/01/2014

Sometido a evaluación por pares anónimos

El impacto territorial del turismo en el desarrollo sostenible: el caso de las regiones de México 2000-2010

Andrés E. Miguel Velasco*
Néstor Solís Jiménez**
Julio César Torres Valdez***
Instituto Tecnológico de Oaxaca (México)

Resumen: El presente artículo analiza la relación existente entre desarrollo regional sostenible y competitividad turística en las regiones de México durante el periodo 2000-2010. Supone que la competitividad es un factor importante para la promoción del desarrollo, es decir, a mayor competitividad turística mayor desarrollo sostenible existe en una región. Sin embargo, al interrelacionar estas variables se encontró entre ellas una muy baja correlación. Pero los mismos indicadores para los estados del país indican una alta correlación. Esto sugiere que entre más amplio sea el espacio en el cual se aplica, menor es el impacto del turismo en el desarrollo; en otras palabras, el artículo concluye que el turismo tiene un impacto local, pero no regional en el impulso al desarrollo.

Palabras clave: Región, desarrollo regional, desarrollo sostenible, turismo, competitividad turística

The regional impact of tourism in sustainable development: the case of the regions of Mexico 2000-2010

Abstract: This article analyzes the relationship between sustainable regional development and tourism competitiveness in the regions of Mexico during the period 2000-2010. Assumes that competitiveness is an important factor in promoting development, i.e., greater competitiveness of tourism more sustainable development exists in a region. However, the interrelation between these variables was found very low correlation them. But the same indicators for states indicate a high correlation. This suggests that the larger the space in which it is applied, the less impact on the development of tourism in other words, the article concludes that tourism has a local impact, but not in boosting regional development.

Key words: Region, Regional Development, Sustainable Development, Tourism, Tourism Competitiveness.

* Doctor en Ciencias en Planificación de Empresas y Desarrollo Regional. Profesor de la División de Estudios de Posgrado e Investigación del Instituto Tecnológico de Oaxaca. Línea de investigación: desarrollo regional sostenible. Instituto Tecnológico de Oaxaca (México). E-mail: andres.miguel@itoaxaca.edu.mx

** Candidato a Doctor en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico por el Instituto Tecnológico de Oaxaca (México). Línea de investigación: desarrollo regional sostenible. E-mail: janos016@gmail.com

*** Doctor en Planificación Regional y Urbanismo de la Universidad de Sorbona Paris. Ha dirigido proyectos de investigación sobre competitividad del turismo y sus impactos en el desarrollo. Profesor de la División de Estudios de Posgrado e Investigación del Instituto Tecnológico de Oaxaca. Línea de investigación: desarrollo regional sostenible. E-mail: jcesartv@gmail.com

1. Propósitos

Según la Organización Mundial del Turismo, en los últimos años la actividad turística se ha convertido en una de las más importantes del mundo, y anualmente genera un promedio de 3.5 billones de dólares y 127 millones de empleos (1 de cada 11 empleos en el mundo). Se acepta que el turismo es un sector capaz de promover el crecimiento económico social, cultural y medioambiental de las regiones.

Hoy en día también se acepta que el desarrollo debe ser sostenible, es decir, debe impulsar no solo mejoras en la economía, sino también en el bienestar y el medio ambiente. Pero el desarrollo y regulación del turismo es compleja, pues además de ser una actividad de múltiples sectores, conlleva impactos positivos y negativos en las regiones, y por tanto requiere políticas públicas eficaces sostenibles en el tiempo.

De manera particular, México enfrenta varios desafíos para mantener su industria turística y optimizar la contribución del turismo al desarrollo sostenible, entre los que destacan: i) mejorar y mantener la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos del litoral -que concentran buena parte de la oferta y la demanda actual-, ii) explotar las oportunidades que ofrece el patrimonio natural y cultural del país para promover un modelo de desarrollo turístico orientado al desarrollo regional y local, al objeto de contribuir a la diversificación de la oferta y lograr un mejor reparto de los flujos turísticos y sus beneficios y iii) consolidar un modelo descentralizado de la gestión pública en turismo y avanzar en la coordinación interinstitucional a todos los niveles para mejorar la eficiencia y eficacia en la definición y aplicación de las políticas públicas.

En este proceso, el impulso a la competitividad turística está considerada como una variable fundamental, y la misma representa la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social (Ritchie y Crouch, 2000). La competitividad turística se asocia a la prosperidad de una región o de un lugar determinado, por ser estos los principales beneficiarios (González y Mendieta, 2009: 126).

Pero si el turismo es uno de los motores más importantes del desarrollo económico de las regiones, también es considerado uno de los principales causantes del deterioro del medio ambiente que lo soporta (San Martín y Salcedo, 2007: 79). Existe cierto consenso que no se ha logrado un equilibrio entre el crecimiento de la actividad turística y el desarrollo socio-económico y ambiental. Es nece-

sario prestar mayor atención a la sostenibilidad ambiental y promover un reparto más equitativo de los beneficios generados por el turismo. Cabe destacar que en el turismo, los daños ambientales no suponen sólo una amenaza para la sostenibilidad, sino que también afectan a la competitividad al poner en peligro atractivos naturales -playas, paisajes, áreas naturales y ecosistemas- que son la base de la actividad turística. Una interrogante que surge al respecto es: ¿cuál es el impacto de la competitividad turística en el desarrollo sostenible en México?

Precisamente, en el presente artículo se analiza la relación existente entre el desarrollo regional sostenible y la competitividad turística en las regiones de México durante el periodo 2000-2010. Supone que la competitividad turística es un factor importante para el impulso del desarrollo, y que esta mantiene una alta correlación con el desarrollo regional sostenible; es decir, a mayor competitividad turística mayor desarrollo sostenible existe en una región.

2. Marco Teórico

2.1. Turismo y competitividad

El turismo aporta alrededor del 11% de la producción mundial y genera uno de cada once empleos. En términos generales, la competitividad se refiere a la habilidad para crear un valor agregado que aumenta la riqueza y la calidad de vida en la sociedad (ICTEM, 2010). Hoy en día la generación de riqueza y empleos depende de la competitividad adquirida por esta actividad en las regiones.

El desarrollo turístico puede promover el crecimiento económico, directa e indirectamente. Primero, al estimular el crecimiento de otros sectores y segundo al incrementar el ingreso doméstico y la demanda efectiva. Diversos estudios han comprobado que efectivamente existe una relación directa entre el desarrollo turístico y el crecimiento económico (Balaguer y Cantavella, 2002; Durbarry, 2004; Meyer, 2004; Kim et al, 2006; Brida et al, 2011), esto a la par de su productividad.

El impacto del turismo en cualquier destino estará determinado por una amplia variedad de factores: el volumen y características de los turistas (duración de la estancia, actividad, medio de transporte, forma de organización del viaje, etc.) (Bigñé, 2000:429); la estructura de la economía receptora, los tipos de actividad turística, la diferencia en características socioculturales entre anfitriones y turistas; y la fragilidad del medio ambiente (Cooper, 1993:112). El impacto turístico es el cambio notorio que se produce en las poblaciones naturales por

efecto de la gran afluencia turística a zonas que estuvieron en completo aislamiento. El caso más dramático generalmente radica en el cambio de comportamiento hacia actitudes hostiles y agresivas (Sarmiento, 2010).

Los diversos impactos turísticos se pueden organizar en cinco categorías atendiendo las características y naturaleza de sus efectos: impactos económicos, sociales, culturales, políticos y ambientales.

Los impactos económicos pueden ser a un nivel macroeconómico (captación de divisas y contribución a los ingresos del estado), o a escala regional o local (generación de empleo y renta, y estímulos al desarrollo regional) (Lickorish, 2000:83).

Los impactos sociales son el resultado directo de las relaciones sociales que se establecen entre los residentes y visitantes, durante su estancia en un destino turístico (Olivera, 2001). La intensidad de estos impactos variará dependiendo del tipo de visitante y de factores espacio-temporales.

La importancia de los efectos que la actividad turística tenga sobre la sociedad y la cultura del área receptora dependerán de las diferencias socio-culturales entre visitantes y residentes (religiosas, estilos de vida, creencias, comportamiento, valores, etc.). Entre mayores sean estas diferencias, mayores serán los impactos (Olivera, 2001).

Los impactos medioambientales dependen del tipo y escala del desarrollo turístico y de las características medioambientales del lugar, guardando una proporción con el número de visitantes. No sólo el desarrollo turístico degrada el ambiente, pues la expansión industrial y agrícola mal planificada también ha tenido consecuencias desastrosas en algunos lugares (Lickorish, 2000:111). Pero de manera particular interesa conocer la relación de estos impactos derivados del impulso a la competitividad, lo cual se puede lograr analizando su incidencia en el desarrollo sostenible de los destinos turísticos.

2.2. El desarrollo y el turismo sostenible de los destinos turísticos y la competitividad

Hoy en día, el análisis de las actividades económicas, incluida la correspondiente al turismo, no puede realizarse sin tomar en cuenta el concepto de sostenibilidad. El paradigma de la sostenibilidad, aplicado al turismo, consiste en una estrategia global, instada desde organismos nacionales e internacionales, para reorientar las actividades turísticas bajo un esquema más amplio en el cual es importante la participación social, el desarrollo empresarial y el aprovechamiento del patrimonio territorial.

En la década de 1970 aparecieron en el mercado nuevas formas de turismo y surgieron términos

como turismo responsable, y el turismo respetuoso de los entornos naturales. Gradualmente, integrando cuestiones sociales, culturales y ambientales, se vinculó el turismo con el desarrollo endógeno, el desarrollo local, el desarrollo comunitario, y finalmente el desarrollo sostenible (Martínez, 2008: 28). Hoy día existe una diversidad en la oferta de servicios y productos turísticos que compiten con el mercado turístico tradicional, a estas nuevas formas, se les ha denominado “turismo alternativo”, y son en la actualidad, el tipo de turismo más cercano a la sostenibilidad ambiental. Entre las modalidades más destacadas del turismo alternativo o “verde”, se encuentran: el ecoturismo, el turismo rural, el agroturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo y el turismo cinegético. Se considera que al menos entre el 8 y el 10% de turismo a nivel internacional corresponde a este segmento del mercado (Martínez, 2008).

Pero en términos generales, en México el turismo tradicional aún batalla por convertirse en una actividad sostenible. Fue en junio de 1992, durante la Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo organizada por Naciones Unidas en Río de Janeiro, que se concedió un carácter institucional al concepto de “desarrollo sostenible” y urgió a los estados a integrar las consideraciones sobre el medio ambiente en todas las actividades productivas, incluida la turística. Con ese objetivo varios países adoptaron la Agenda 21 y firmaron el convenio de diversidad biológica. Una virtud del concepto de sostenibilidad consiste en colocar en un mismo plano el medio ambiente y el desarrollo socioeconómico como integrantes de una misma realidad (Torres y Cruz, 1999).

La Agenda 21 se convirtió en un plan de acción global para alcanzar el desarrollo sostenible en el siglo XXI, para ser implementado a escala local, nacional y global por organizaciones, gobiernos y la ONU en las áreas que sufren impactos ambientales. De hecho, la Organización Mundial del Turismo (OMT), junto con el Consejo Mundial de Viajes y Turismo y el Consejo de la Tierra, aprobaron en 1995 su propia Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo. Se trata de un programa en el que dicha industria formula el papel específico que puede desempeñar para lograr los objetivos de la Agenda 21.

El turismo sostenible, según la definición del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (World Travel and Tourism Council, WTTC), la Organización Mundial de Turismo y el Earth Council, sería aquel que “satisface las necesidades del turismo presente y de las regiones anfitrionas al tiempo que se protegen y fortalecen las oportunidades futuras. Se concibe como una perspectiva hacia el manejo de todos los recursos en forma tal que las necesidades

económicas, sociales y estéticas se puedan satisfacer al tiempo que se mantienen la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida” (WTTC /WTO y Earth Council, 1999).

Otra definición del desarrollo sostenible útil y operativa para la planificación y gestión de la actividad turística, menciona al desarrollo turístico sostenible como el “desarrollo turístico basado en el equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo” (VERA et. al., 2001).

Se acepta que el turismo sostenible debe reportar un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles (OMT, 2004).

Desde esta perspectiva, se ha identificado el desarrollo turístico sostenible con un proceso de cambio cualitativo producto de la voluntad política que, con la participación imprescindible de la población local, adapta el marco institucional y legal así como los instrumentos de planificación y gestión, a un desarrollo turístico basado en un equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo (Vera et. al., 2001), visión que permite realizar investigaciones tomando en consideración los enfoques económico, social y ambiental, pero especialmente el factor económico, el cual considera que la competitividad en el sector turístico va a generar un mayor desarrollo sostenible, tanto en las regiones como en las ciudades donde se lleve a cabo la actividad.

Sin embargo, estas investigaciones se realizan tratando de valorar el impacto de la competitividad del turismo en el desarrollo sostenible del territorio donde se lleva a cabo la actividad, no de la competitividad del desarrollo sostenible propiamente dicho.

Es por ello que hoy en día pueden encontrarse trabajos en los que se plantea la relación de la actividad turística con el medio ambiente (Tangi, 1977), y con el desarrollo (Meixueiro, 2008), aunque son menos los trabajos e investigaciones que abordan el tema del ecoturismo en particular (Guerrero, 2010; Verduzco, 2005), así como de éste y su relación con el medio ambiente (Fennell y Weaver, 2005) y con el desarrollo (Álvarez, et al., 2004; Honey, 2000).

El análisis de la competitividad y el desarrollo turístico sostenible es un campo que aún requiere evaluarse, pero un avance al respecto puede lograrse analizando el impacto de la competitividad del turismo tradicional en el desarrollo sostenible de las regiones y ciudades donde se manifiesta.

2.3. La competitividad, sus inicios, definiciones y modelos de competitividad turística

La competitividad, es un concepto amplio y multifacético que ha sido adjudicado a cada una de las actividades de los sectores e industrias en las economías. Esta competitividad se debe ver reflejada directamente en la población por medio del incremento de bienestar social y económico.

En el ámbito del sector turístico han sido varios los autores que han destacado la importancia de la competitividad en el sector servicios (Dwyer y Kim 2003; Kozak y Rimmington 1999). La competitividad de los destinos turísticos puede definirse como 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 a sus competidores (Hassan, 2000). También puede definirse, siguiendo a Crouch y Ritchie (1999) como la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social, a diferencia de las aproximaciones más tradicionales que vinculan la competitividad con el éxito en exportaciones (llegadas de visitantes) o cuota de mercado de los destinos turísticos.

Para la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) la competitividad turística se entiende como la capacidad de la industria turística de un país para alcanzar sus objetivos por encima del promedio de referencia del sector, de manera sostenida; lo cual debe entenderse como la capacidad para lograr rentabilidad de las inversiones por encima del promedio del sector de referencia de manera sostenible, y alcanzar beneficios sociales, económicos y medio ambientales. Los componentes sustantivos en el concepto de competitividad son: rentabilidad, sostenibilidad y comparabilidad (SECTUR 2010).

Para el Centro de Investigación y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey, la competitividad turística se refiere al conjunto de habilidades y capacidades que le permiten alcanzar sus objetivos en un marco de competencia, generando así desarrollo económico y social en su territorio (ICTEM, 2010). Implica tres conceptos básicos: a) rentabilidad: generar riqueza a través del uso eficiente y eficaz de los recursos; b) sostenibilidad: asegurar que el desarrollo se logre en equilibrio con los recursos ecológicos, sociales y económicos de la región; y c) comparabilidad: definir conceptos medibles y consistentes que sean comparables a través del tiempo y el espacio.

Medeiros (2008) define la competitividad turística como la creciente capacidad de generar negocio en las actividades económicas relacionadas

con el sector turismo, de manera sostenible, proporcionando al turista una experiencia positiva. Por su parte Narvaez, Mercy, Fernández y Gladys (2009) mencionan que para conocer la capacidad competitiva de un destino turístico es necesario analizar una serie de factores que se pueden cuantificar mediante indicadores, dentro de los cuales están: la dotación de recursos del destino, los recursos creados, la infraestructura de soporte, la gestión del destino, las condiciones coyunturales, las condiciones de demanda y la competitividad turística del destino propiamente dicha.

Definir y medir el fenómeno de la competitividad es complejo, pues se refleja directamente en los distintos modelos y posturas que se utilizan para crear los modelos de competitividad. Pero dentro del sector turístico se complica más la tarea de evaluar la competitividad.

Según Crouch y Ritchie (1999), esto tiene lugar debido al análisis de las unidades y a la perspectiva del analista sobre ellas. Es decir, la administración pública maneja la competitividad económica como un todo, las industrias y negocios basan sus intereses en sus respectivas áreas de operación, y los empresarios y ejecutivos se preocupan de la competitividad pero solo de sus propios negocios.

Gooroochurn y Sugiyarto (2005) afirman que la competitividad es un concepto complejo que engloba elementos varios difíciles de medir. Es un concepto multidimensional y relativo, por lo que su medición variará dependiendo de las variables escogidas y/o el año en el que nos basemos y/o el país o región elegido. En esta coyuntura, para ser más competitivos los destinos deben tener superioridad en un cierto número de variables. También apuntaron que en la literatura existente se pueden encontrar diferentes aproximaciones a la hora de medir la competitividad de los destinos turísticos.

De la literatura que intenta aproximar medidas de competitividad de los destinos turísticos, siguiendo a Garau (2006) y Gooroochurn y Sugiyarto (2005), se pueden distinguir las siguientes aproximaciones conceptuales (Perles y Ramón, 2007):

El *modelo de Calgary* (Crouch y Ritchie, 1999) que constituye la primera y más conocida propuesta a modo de marco conceptual de análisis de la competitividad de destinos turísticos; el realizado por el *World Travel and Tourism Council* (2003) que trata de abarcar la naturaleza multidimensional de la competitividad del sector, elaborando un monitor de competitividad turística (Gooroochurn y Sugiyarto, 2005), que identifican y construyen hasta 23 indicadores que influyen en la competitividad como el precio, la apertura turística, la tecnología, el desarrollo del factor humano y de las infraestructuras, medio ambiente y desarrollo social.

Dwyer y Kim (2003) elaboran un modelo que pretende captar los principales elementos de competitividad de los destinos turísticos reseñados en la literatura de competitividad en general. Entre los factores que determinan la competitividad están los recursos disponibles (naturales, culturales, etc.; los recursos creados (infraestructura y actividades que se ofrecen); los factores soporte (infraestructura en general, la calidad de los servicios, acceso al destino) y la gestión del destino.

En general, para evaluar la competitividad turística de un destino, se utilizan algunos indicadores que incluyen: estadísticas de visitantes, contribución del turismo a la economía, indicadores de prosperidad económica e inversión en turismo, entre otros.

3. Metodología

3.1. Delimitación espacial y temporal

Las grandes regiones de México consideradas en el presente artículo son (mapa 1):

Cuadro No. 1 Regiones y Estados de México

Region	Estados
Noroeste	Baja California (BC), Baja California Sur (BCS), Sinaloa (Sin), Sonora (Son)
Norte	Coahuila (Coah), Chihuahua (Chih), Durango (Dgo)
Noreste	Nuevo León (NL), Tamaulipas (Tam)
Centro-norte	Aguascalientes (Ags), San Luis Potosí (SLP), Zacatecas (Zac)
Centro-occidente	Colima (Col), Guanajuato (Gto), Jalisco (Jal), Michoacán (Mich), Nayarit (Nay)
Centro	Distrito Federal (DF), México (Mex), Hidalgo (Hgo), Morelos (Mor), Puebla (Pue), Querétaro (Qro), Tlaxcala (Tlax)
Sur	Chiapas (Chis), Guerrero (Gro), Oaxaca (Oax)
Este	Tabasco (Tab), Veracruz (Ver)
Península	Campeche (Cam), Quintana Roo (QRoo), Yucatán (Yuc)

Fuente: Bassols Batalla, Angel, *Investigaciones urbanas y regionales de México: ¿para conocer o transformar una realidad?*, en Humberto Muñoz (coord.), **La sociedad mexicana frente al tercer milenio**, Miguel Angel Porrúa-Coordinación de Humanidades, México, 1999.

Mapa No. 1. Regionalización de Bassols



Fuente: Romero, Eslava y Méndez (2001).

3.2. Modelo teórico-metodológico del análisis

En la figura No. 1 anexa, se resume el proceso analítico para la obtención de los resultados del presente artículo.

3.3. El índice de desarrollo regional sostenible

Para determinar el grado de desarrollo regional sostenible de las regiones se toman en cuenta las variables que inciden en las dimensiones económicas, sociales y ambientales y de localización de actividades en el periodo 2000-2010. La función que sintetiza estos indicadores es:

$$D = \frac{1}{5}S + \frac{1}{5}E + \frac{1}{5}I + \frac{1}{5}A + \frac{1}{5}L$$

Donde D_i es el desarrollo medido a través del índice de desarrollo humano sostenible. El índice de desarrollo humano participa con sus tres componentes: longevidad: S_i , educación: E_i , e ingreso: I_i ; A_i es el aspecto ambiental medido por consumo del agua per cápita¹ y por la generación de residuos sólidos urbanos per cápita; y L_i representa la localización, medida a través del total de empresas de las regiones consideradas (Miguel et. al., 2011).

De manera específica, el índice de agua suministrada se obtiene al utilizar el logaritmo del agua per cápita suministrada al día, para reflejar la importancia decreciente del agua suministrada conforme la cantidad de agua es mayor. Se penalizan los estados que suministren más de 200 litros per cápita al día, mediante la siguiente fórmula:

$$I_{\text{Agua}} = \left(\frac{\log(\text{valor efectivo}) - \log(\text{valor mínimo})}{\log(\text{valor máximo}) - \log(\text{valor mínimo})} \right)^{1-E}$$

donde: “E” es la magnitud de la penalización por consumir más agua que el máximo establecido, cuanto mayor sea el valor más penalización recaerá en los estados o regiones que lo sobrepasen. El valor de “E” es 2, este valor asigna una penalización moderada a la desigualdad en cuanto a distribución de agua se refiere.

Para obtener el índice de residuos sólidos urbanos, se calcula en primer lugar la cantidad de residuos sólidos urbanos generados por habitante por día, posteriormente se utiliza la misma fórmula que se utilizó para calcular el índice de agua. Cabe resaltar que no existe consenso sobre el máximo de residuos sólidos generados por habitante por día para impactar negativamente el desarrollo. La producción de residuos sólidos es una variable que depende básicamente del tamaño de la población y de sus características socioeconómicas. Una variable necesaria para dimensionar el sitio de disposición final es la llamada Producción per cápita (PPC). Este parámetro asocia el tamaño de la población, la cantidad de residuos y el tiempo; siendo la unidad de expresión el kilogramo por habitante por día (Kg/hab/día).

3.4. El índice de competitividad turística

Para calcular el Índice de Competitividad Turística (ICT) se utilizan los valores mínimos y máximos de cada uno de los estados, con los que se compara el logro del estado o región en cuestión, en cada dimensión.

El desempeño de cada componente se expresa como un valor entre 0 y 1, al aplicar la siguiente fórmula (PNUD, 2012):

$$\text{índice del componente} = \frac{\text{valor efectivo} - \text{valor mínimo}}{\text{valor máximo} - \text{valor mínimo}}$$

la manera de agregar los componentes es mediante una media geométrica que se obtiene de la interacción de cada uno de los índices, reduciendo con ello el grado de sustitución entre estas dimensiones. Se calcula el ICT a partir de la siguiente expresión.

$$ICT_x = a_1 P_x^{1/4} + a_2 RHP_x^{1/4} + a_3 IA_x^{1/4} + a_4 SC_x^{1/4}$$

Donde P: promoción turística; RHP: recursos humanos y profesionalización del sector turístico; IA: infraestructura y accesibilidad; y SC: servicios complementarios al turismo. Los parámetros a_1 , a_2 , a_3 , a_4 , tales que $a_1 + a_2 + a_3 + a_4 = 1$, representan el peso de cada uno de los índices o factores por grupo en el ICT. Estos ponderadores se obtienen

al aplicar la técnica estadística de componentes principales a cada uno de los cinco índices o factores.

Los ponderadores para construir los índices de competitividad turística en diferentes niveles de agregación se calculan con base en la técnica de componentes principales, que forma parte de la metodología más general del análisis factorial. Simplificando de esta manera el cálculo, Decanq y Lugo (2009) ofrecen una justificación estadística para este enfoque.

También se efectuó un análisis de clúster de los índices obtenidos, con la finalidad de comparar la tendencia del comportamiento de los indicadores analizados en la transformación de las regiones de México.

La prueba de hipótesis se realiza a través de la obtención del coeficiente de Pearson, con base en la siguiente valoración de la correlación: Muy alta 0.81 a 1.00; alta de 0.61 a 0.80; media de 0.41 a 0.60; baja de 0.21 a 0.40; muy baja de 0.00 a 0.20. La hipótesis se acepta si la correlación obtenida posee un valor de 0.61 en adelante, con una significancia de al menos el 95%.

4. Resultados: el desarrollo regional sostenible y el índice de competitividad turística en las regiones de México

Los turistas internacionales que ingresan al país han pasado de 20.6 millones a 22.3 millones en el periodo 2000-2010, teniendo un crecimiento del 0.95%. La derrama del turismo internacional ha crecido 4.68% en el mismo periodo, pasando de 6,435.82 a 9,894 millones de dólares al final del periodo, haciendo un gasto medio de 407 dólares en promedio en el periodo.

Durante los primeros seis meses de 2011, la llegada de visitantes internacionales a México fue

de 38.2 millones. En el periodo de enero de 2007 a junio de 2011, el turismo internacional aumentó 17.8 por ciento respecto al mismo periodo del sexenio anterior (enero de 2001 a junio de 2005) (SECTUR, 2011 a). A partir de 2003 la balanza turística logró superar los 3,000 millones de dólares, teniendo un crecimiento estable hasta el año 2005 que superó los 4,000 millones de dólares; bajando en el 2011 donde se obtuvieron 3,893.40 millones de dólares.

Por otra parte, el valor del índice de desarrollo regional sostenible de las regiones de México durante 2010 fue: Centro (0.844), Centro-Occidente (0.793), Noreste (0.748), Península (0.727), Este (0.696), Norte (0.693), Noroeste (0.685), Centro-Norte (0.672) y Sur (0.595) (en el mapa No. 2 se resume su comportamiento durante 2000-2010).

Las entidades federativas mejor posicionadas en su desarrollo sostenible fueron el Distrito Federal (0.807), Jalisco (0.798), México (0.792), Querétaro (0.743) y Guanajuato (0.726). Los estados que ocuparon los últimos lugares son Tabasco (0.619), Hidalgo (0.617), Colima (0.617), Chiapas (0.597) y Oaxaca (0.540).

De igual manera, el valor del índice de competitividad turística durante 2010 fue: región Este (0.313), Centro-occidente (0.270), Península (0.266), Sur (0.258), Centro (0.255), Noroeste (0.225), Noreste (0.209), Norte (0.195) y Centro-norte (0.148). En el 2010 las regiones más competitivas turística-mente hablando eran el Este, Centro-Occidente y la Península.

Las entidades federativas más competitivas en el sector turístico en el año 2010 eran el Distrito Federal (0.562), Jalisco (0.450), Quintana Roo (0.444), Veracruz (0.440) y Guanajuato (0.407). Los estados menos competitivos eran Durango (0.154), Zacatecas (0.129), Aguascalientes (0.126), Colima (0.104) y Tlaxcala (0.100) (en el mapa No. 3 se resume su comportamiento durante 2000-2010).

Mapa No. 2. México: Índice de Desarrollo Regional Sostenible



Fuente: Elaborado con datos del cuadro No. 1.

Mapa No. 3. México: Índice de Competitividad Turística por Regiones

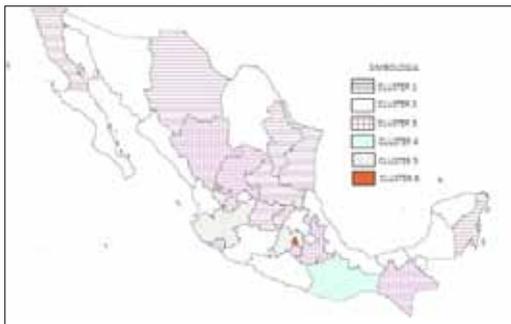


Fuente: Elaborado con datos del cuadro No. 1.

El análisis del comportamiento territorial de estos indicadores indica que los clústeres formados por el índice de desarrollo regional sostenible entre 2000-2010 fueron 6, conteniendo el primero a 8 estados: {BC, Chih, Gto, Qro, QRoo, SLP, Tam, NL}; el segundo a 14 estados: {Gro, Hgo, Camp, Tab, Sin, Yuc, Mich, Nay, Son, Coah, Ver, Ags, BCS, Tlax}; el tercero a 6 estados: {Col, Mor, Dgo, Pue, Chis, Zac,}; el cuarto 1 estado: {Oax}; el quinto 2 estados: {Jal, Mex}; y el sexto solamente 1 estado: {DF}.

Estos conglomerados jerárquicos tiende a formar la siguiente regionalización en cuanto al desarrollo sostenible: 1) Nuevo León-Tamaulipas-SanLuis Potosí-Guanajuato-Querétaro; 2) Sonora-Sinaloa-Nayarit; 3) Michoacán-Guerrero; 4) Tlaxcala-Hidalgo-Veracruz-Tabasco-Campeche-Yucatán; 4) Durango-Zacatecas; y 5) Puebla-Morelos (mapa No. 4).

Mapa No. 4. Clúster del índice de Desarrollo Regional Sostenible, 2000-2010.



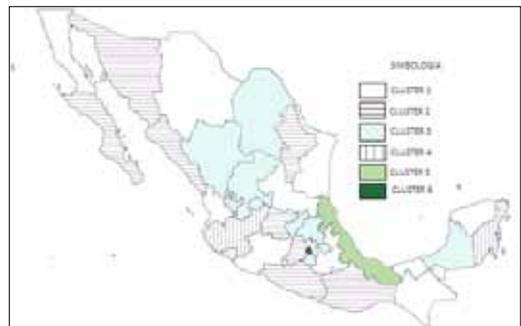
Fuente: Elaborado con datos del cuadro No. 1.

En el caso de la competitividad turística, los clústeres formados durante 2000-2010 fueron 6, el primero con 10 estados: {SLP, Yuc, Tab, Tam,

Nay, Pue, Mich, BC, Chih, Chis}, el segundo con 8 estados: {BCS, Gro, Oax, NL, Sin, Son, Gto, Mex}, el tercero con 10 estados: {Coah, Hgo, Camp, Mor, Qro, Dgo, Zac, Ags, Col, Tlax}, el cuarto con 2 estados: {Jal, QRoo}, el quinto: {Ver} y sexto: {DF} con 1 estado.

De estos clústeres deriva la siguiente regionalización turística: 1) Tamaulipas-San Luis Potosí; 2) Chiapas-Tabasco; 3) Sonora-Sinaloa; 4) México-Guerrero-Oaxaca; 5) Coahuila-Durango-Zacatecas-Aguascalientes; y 6) Querétaro- Hidalgo-Tlaxcala (mapa No. 5).

Mapa No. 5. Clúster del Índice de Competitividad Turística, 2000-2010.



Fuente: Elaborado con datos del cuadro No. 1.

5. Conclusiones

Hoy en día, la competitividad se considera un elemento clave en cualquier actividad económica, incluido el turismo. La relación existente entre turismo y desarrollo resulta muy compleja si se toman en cuenta los costes económicos y sociales que esta actividad supone para las poblaciones anfitrionas.

En el presente artículo se supone que la competitividad turística es un factor importante para el impulso del desarrollo sostenible, y que en México estas variables mantienen una alta correlación; es decir, supone que a mayor competitividad turística mayor desarrollo sostenible posee una región, consi-

derando esto como un conjunto de impactos positivos que generan un círculo virtuoso en el territorio.

Sin embargo, el valor promedio obtenido de la correlación entre el índice de competitividad turística y el desarrollo sostenible de las regiones de México durante 2000-2010 es de 0.15, lo que

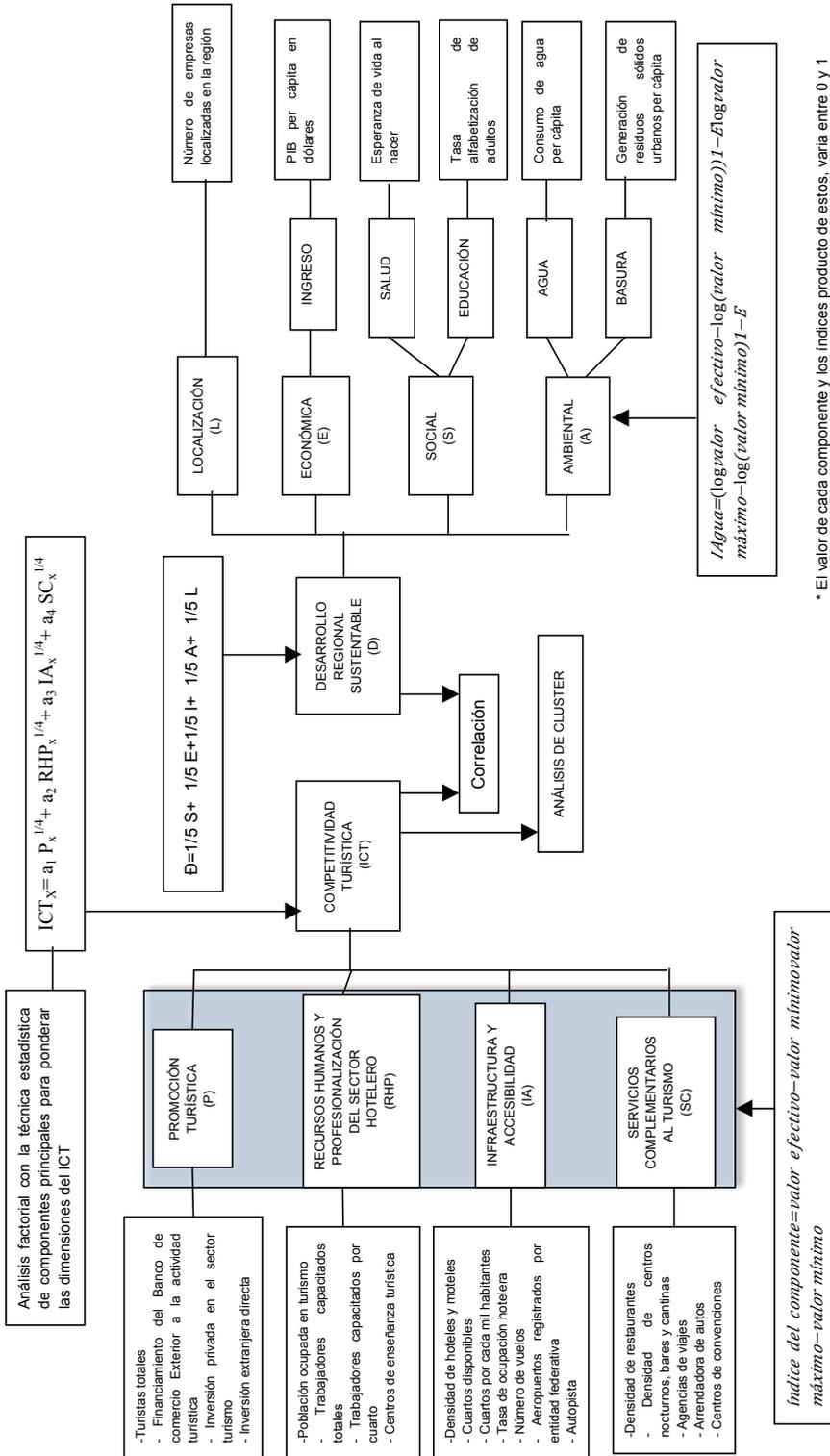
Anexo Estadístico y Gráfico.

Cuadro No. 1. México: Índices de desarrollo sostenible, competitividad turística y correlaciones de sus regiones 2000-2

ÍNDICE DE DESARROLLO REGIONAL SOSTENIBLE												
REGIÓN	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Promedio
NOROESTE	0.680	0.676	0.675	0.672	0.675	0.675	0.676	0.681	0.683	0.689	0.685	0.679
NORTE	0.673	0.665	0.665	0.673	0.678	0.690	0.697	0.704	0.704	0.702	0.693	0.686
NORESTE	0.757	0.760	0.762	0.753	0.751	0.754	0.750	0.755	0.757	0.755	0.748	0.755
CENTRO-NORTE	0.635	0.635	0.639	0.641	0.646	0.657	0.661	0.668	0.669	0.671	0.672	0.654
CENTRO-OCIDENTE	0.736	0.733	0.737	0.738	0.748	0.780	0.783	0.787	0.756	0.781	0.793	0.761
CENTRO	0.805	0.806	0.817	0.818	0.813	0.833	0.838	0.852	0.857	0.864	0.844	0.832
SUR	0.553	0.560	0.576	0.578	0.579	0.593	0.594	0.598	0.570	0.601	0.595	0.582
ESTE	0.686	0.690	0.690	0.686	0.682	0.687	0.693	0.683	0.697	0.707	0.696	0.691
PENÍNSULA	0.695	0.677	0.696	0.705	0.711	0.709	0.704	0.717	0.733	0.747	0.727	0.711
NACIONAL	0.695	0.691	0.695	0.697	0.699	0.709	0.711	0.717	0.719	0.726	0.720	0.707
ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA												
REGIÓN	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Promedio
NOROESTE	0.197	0.203	0.223	0.218	0.221	0.236	0.249	0.257	0.241	0.228	0.225	0.227
NORTE	0.116	0.129	0.142	0.171	0.152	0.179	0.160	0.175	0.196	0.184	0.195	0.164
NORESTE	0.201	0.197	0.194	0.190	0.200	0.223	0.235	0.207	0.203	0.216	0.209	0.207
CENTRO-NORTE	0.124	0.134	0.122	0.135	0.113	0.146	0.123	0.139	0.151	0.142	0.148	0.134
CENTRO-OCIDENTE	0.215	0.238	0.227	0.238	0.232	0.246	0.238	0.252	0.264	0.250	0.270	0.243
CENTRO	0.209	0.197	0.208	0.210	0.209	0.238	0.209	0.223	0.209	0.233	0.255	0.218
SUR	0.200	0.188	0.221	0.222	0.212	0.227	0.234	0.239	0.251	0.258	0.258	0.228
ESTE	0.236	0.245	0.263	0.268	0.256	0.290	0.269	0.315	0.290	0.318	0.313	0.278
PENÍNSULA	0.195	0.236	0.258	0.259	0.268	0.320	0.275	0.286	0.270	0.273	0.266	0.264
NACIONAL	0.188	0.196	0.207	0.212	0.207	0.234	0.221	0.233	0.230	0.233	0.238	0.218
CORRELACIONES												
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Promedio
POR ESTADO	0.59	0.60	0.65	0.69	0.68	0.67	0.63	0.61	0.49	0.60	0.58	0.62
	Media	Media	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Media	Media	Media	Alta
POR REGIÓN	0.31	0.31	0.18	0.15	0.24	0.20	0.08	0.00	-0.09	0.10	0.19	0.15
	Baja	Baja	Muy baja	Muy baja	Baja	Muy baja	Muy baja	Muy baja	Muy baja	Muy Baja	Muy Baja	Muy baja

Fuente: Elaboración propia

Figura No. 1. Modelo teórico-metodológico del análisis de la relación competitividad turística-desarrollo sustentable en México



indica una muy baja correlación, por lo cual la hipótesis original se rechaza.

Sin embargo, al correlacionar los mismos indicadores para los estados del país, este valor se incrementa a 0.62, indicando una alta correlación (cuadro No. 1). Esto sugiere que entre más amplio sea el espacio en el cual se aplica (la región), menor es el impacto del turismo en el desarrollo (los estados); en otras palabras, el turismo tiene un impacto local, no precisamente regional en el fomento del desarrollo. Lo anterior no solamente es resultado de la agregación estadística, sino que esta información refleja la realidad de la mayoría de los centros turísticos de México, en los cuales la actividad turística no ha podido generar impactos positivos más allá de los lugares centrales que poseen los atractivos, como es el caso de Acapulco, Huatulco y Cancún, los cuales mantienen una gran desigualdad económica y social entre la población que reside en los Centros y la que habita sus zonas de influencia.

¿Sugiere esto que a nivel local el turismo genera impactos positivos, pero que en la región puede generar impactos negativos? La información analizada no proporciona evidencias al respecto, pero pone en la mesa la necesidad de profundizar la investigación respectiva.

No obstante, un avance se tiene al conocer que el impulso territorial al desarrollo sostenible por parte de la competitividad turística es de un alcance fundamentalmente local. En México no proporciona evidencias de trascendencia regional.

Bibliografía

Álvarez, *et al.*

2004 *Turismo y territorio en la sociedad globalizada*, editado por el Ayuntamiento de Adeje/Instituto Pascual Madoz del Territorio, Urbanismo y Medio Ambiente de la Universidad Carlos III de Madrid, España.

Bassols Batalla, Angel

1999 *Investigaciones urbanas y regionales de México: ¿para conocer o transformar una realidad?*, en Humberto Muñoz (coord.), *La sociedad mexicana frente al tercer milenio*, Miguel Angel Porrúa-Coordinación de Humanidades, México.

Balaguer, J. y Cantavella-Jordà, M.

2002 "Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case". *Applied Economics*, 34, 877-884. Banco de la República

Bigñé Alcañiz Enrique, Font Aulet Xavier, Andreu Simó Luisa

2000, *Marketing de Destinos Turísticos, Análisis y Estrategias de Desarrollo*, Ed. ESIC. Madrid, España.

Brida, J.G., Monterubbianesi, P. D., y Zapata-Aguirre, S.

2011, Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destino turísticos de Colombia PASOS, *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 9, No. 2, págs. 291-303.

Cooper C., Fletcher J., Gilbert D., S. Wanhill S 1993 *Turismo Principios y Práctica*. Ed. Diana.

Crouch G.I, Ritchie J.R

1999 "Tourism, Competitiveness, and Social Prosperity" en *Journal of Business Research* 44 (pp. 137-152).

Decancq, Koen & Lugo, María Ana,

2010 "Weights in multidimensional indexes of well-being: an overview," Open Access publications from Katholieke Universiteit Leuven urn: hdl:123456789/262767, Faculty of Economics and Applied Economics, Department of Economics. Katholieke Universiteit Leuven

Durbarry, R.

2004 "Tourism and economic growth: The case of Mauritius". *Tourism Economics*, 10, 389-401.

Dwyer y Kim

2003 "Destination Competitiveness: Determinants and Indicators". En *Current Issues in Tourism*, Vol. 6 N° 5.

Fennell, D. y Weaver, D.

2005 The Ecotourism concept and tourism-conservation symbiosis. En *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 13, No. 4, pp. 373-390.

Garau, J.

2006 "Proposal of two complementary indexes for measuring tourism competitiveness of Mediterranean destinations: outcoming results of a pilot study from the industry side" Communication in International Conference of Trenes, Impacts and policies on Tourism Development.

González Rodrigo C.; Mendieta Martín D.

2009 "Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos", *Cuadernos de Turismo*, no. 23, pp. 111-128, Universidad de Murcia. España.

Gooroochurn N, Sugiyarto G

2005 "Competitiveness indicators in the travel and tourism industry" en *Tourism Economics* 11 (1) (pp. 25-43).

Guerrero, R.

2010 Ecoturismo Mexicano: la promesa, la realidad y el futuro. Un análisis situacional mediante estudios de caso. *El Periplo Sustentable*, núm. 18, pp. 37- 67

Hassan, S.S.

2000 "Determinants of market competitiveness in a environmentally Sustainable Tourism Industry", *Journal of travel research*, vol. 38, no. 3, pp. 239-245.

ICTEM

2010 Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos, Centro de Investigación y Estudios Turísticos del Tecnológico de Monterrey (CIETec). México.

Kim, H. J., Chen, M. y Jan, S.

2006 "Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan". *Tourism Management*, 27 (5): 925-933.

Kozak M, Rimmington

1999 "Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings" en *Hospitality Management*, 18 (pp. 273-283).

Lickorish Leonard J., Jenkins Carlson L.

2000 *Una Introducción al Turismo, Síntesis*.

Martínez, A.

2008 El ecoturismo y su conceptualización. GEO-CALLI: *Cuadernos de geografía* Año 9, Núm. 17, Universidad de Guadalajara.

Medeiros Barbosa, Luis Gustavo

2008 *Midiendo la competitividad en los destinos. El modelo brasileño*. Conferencia internacional de turismo. El conocimiento como valor diferencial de los destinos turísticos, Málaga 29 al 31 de octubre.

Meixueiro, G.

2008 Impacto de la actividad turística en el desarrollo local. Documento de trabajo núm. 48, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.

Meyer, D.

2004 Economía turística en América Latina y el Caribe. Bogotá: Ed. Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

Miguel Velasco, Andrés; Pedro Maldonado y Julio C. Torres Valdez

2011 *La teoría de la región: síntesis basada en la complejidad*, documento de trabajo. Instituto Tecnológico de Oaxaca.

Narvaez, Mercy y Fernandez, Gladys

2009 "Indicadores de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad: un análisis aplicado a la península de Paraguaná". *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, Vol. XV, Núm. 2, julio-diciembre, 2009, pp. 101-119, Universidad Central de Venezuela, Venezuela.

Olivera Begazo, Marco A.

2001 Turismo sostenible y las agendas 21. I Congreso Virtual Internacional de Cultura y Turismo, Ciberespacio, Octubre de 2001. http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/index_virtual.htm 12 de Enero de 2011.

OMT

2004 Definición de turismo sostenible <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion> 25 de octubre de 2013

Perles Ribes J. F., y Ramón Rodríguez A. B.

2007 Determinantes y configuración de la ventaja competitiva de los destinos turísticos residenciales en España. XXXIII Reunión de Estudios Regionales. Competitividad, Cohesión y Desarrollo Regional Sostenible, León, 15 y 16 de noviembre.

Ritchie, J. R. B. y Crouch, G. I.

2000 «The Competitiveness Destinations: a Susceptible Perspective» en *Tourism Management*, n° 21, pp. 1-7.

Romero Mares, Patricia; Eslava Gómez, Guillermina; Méndez Ramírez, Ignacio

2001 *Representación gráfica de los resultados de las elecciones presidenciales de 1994 y 2000 en México*. <http://www.dpye.iimas.unam.mx/proyectos/foroXV/> 12 de Agosto de 2010.

San Martín Reboloso, Fidel y Salcedo Ma. Patricia

2007 "Turismo, sustentabilidad y certificación: un reto global". *Revista del Centro de Investigación, Universidad La Salle*, enero-julio, año/vol. 07, núm., 27, Distrito Federal, México.

SARMIENTO Fausto O.

2010 *Diccionario de Ecología*, www.ensayistas.org/critica/ecologia/diccionario/i.htm 15 de Marzo de 2011.

SECTUR

2011 a, *Compendio Estadístico del Turismo en México*.

SECTUR

2010 *Fascículos de competitividad. Fascículo 1. Competitividad y desarrollo de producto turístico*. <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/14774/fasciculo1.pdf> 15 de diciembre.

Tangi, M.

1977 *Tourism and the Environment*. *Ambio* 6 (6) 336-341.

Torres, P. y J. Cruz

1999 Indicadores del desarrollo sustentable: construcción y usos, *Argumentos*, no. 34, pp. 5-30.

Vera, J. F., Ivars, J.A., Juárez, C.

2001 Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuesta para la creación de un sistema de indicadores. Documentos de trabajo No. 1. Instituto Universitario de Geografía. Universidad de Alicante.

Verduzco, B.

2005 Experiencias, necesidades y prioridades de investigación turística en México, presentado en el VII Congreso Nacional y I internacional de Investigación Turística, Celebrado en Guadalajara los días 5,6 y 7 de Octubre de 2005, México.

WTTC/WTO y Earth Council.

1999 World Travel and Tourism Council, ECONE-TT, Alliance for Sustainable Tourism. <http://www.wttc.org> 25 de octubre de 2013.

Recibido: 31/07/2013

Reenviado: 05/11/2013

Aceptado: 08/01/2014

Sometido a evaluación por pares anónimos

A importância dos folhetos e brochuras na construção da imagem de um destino turístico. Estudo comparativo de três casos: Vila do Conde, Póvoa de Varzim e Esposende

Manuel Diamantino Tojal*

Instituto Universitário da Maia – ISMAI (Portugal)

Resumo: Este artigo pretende discutir a importância que assume no texto dos folhetos o uso intencional de representações estereotipadas dos lugares e das gentes que neles habitam. Nesta perspetiva, procede-se ao levantamento sistemático dessas representações numa amostra dos folhetos e brochuras editados em três cidades do litoral norte português: Vila do Conde, Póvoa de Varzim e Esposende. Conclui-se que aquilo que subjaz à construção deste tipo de documentos é o princípio behaviorista segundo o qual um estímulo neutro, quando associado a um estímulo agradável e positivo, imediatamente se transforma num estímulo também positivo. Quer isto dizer que a escolha do destino turístico pode ser, em grande parte, devedora da imagem construída por esses pequenos objetos impressos, uma vez que a apropriação turística dos estereótipos topológicos e antropológicos facilita a criação de um quadro narrativo e argumentativo perfeitamente compreensível para a abordagem dos agentes promotores aos potenciais consumidores dos seus produtos.

Palavras-chave: Comunicação turística; Folheto; Imagem; Destino turístico; Estereótipo

The importance of folders and brochures in the construction of the image of a tourist destination. Comparative study of three cases: Vila do Conde, Póvoa de Varzim and Esposende.

Abstract: This paper aims to discuss the importance that the intentional use of stereotyped representations, concerning places and their inhabitants, have in the text of the folders. From this perspective, a systematic survey of those representations has been made in a sample of the folders and brochures edited in three northern coastal Portuguese towns: Vila do Conde, Póvoa de Varzim and Esposende. The conclusion was drawn that what underlies the construction of this type of documents is the behaviourist principle according to which a neutral stimulus, when associated with a pleasant, positive stimulus, immediately becomes an also positive stimulus. This means that the choice of the tourist destination may be mainly caused by the image built by those small printed objects, once the tourist appropriation of the topological and anthropological stereotypes favours the creation of a narrative and argumentative frame which is thoroughly understandable for the approach by the promotional agents to the potential consumers of their products.

Key words: Tourist communication; Folder; Image; Tourist destination; Stereotype

1. Introdução

A imagem de um destino turístico, definida por Lawson e Baud Bovy (1977) como a expressão de todo o conhecimento objetivo, juízos prévios, idealizações e pensamentos emocionais de um indivíduo ou grupo sobre um determinado local, representa um dos mais relevantes ativos na gestão

turística. Mas se é verdade que a imagem de um lugar é um conceito preponderante na compreensão das escolhas dos turistas, também é certo que estes dificilmente possuem uma clara imagem acerca de um destino turístico sem nunca o terem visitado antes. Acontece que um dos fatores que influenciam a imagem que os consumidores têm de um destino são justamente as fontes de informação constitu-

* Professor do Instituto Universitário da Maia - ISMAI e investigador principal do CEDTUR – Centro de Estudos de Desenvolvimento Turístico /ISMAI. E-mail: mdtojal@sapo.pt

ídas pelos líderes de opinião, pela televisão, pelas redes sociais na internet e pelos *media* impressos. Como refere Leandro (2006:158), “as revistas e a folheteria turística em geral tornaram-se aliadas das empresas e do poder público na promoção de cidades, estados e regiões”.

Até ao momento, não foram encontrados trabalhos completos cujo *corpus* inclua os mais diversos tipos de documentos, do folheto turístico mais anódino produzido por uma ator público ou privado, até aos documentários para o cinema ou televisão rodados num dado território ou que o tematizam, passando pelas edições não diretamente turísticas publicadas pelas autarquias, ou ainda por crónicas históricas ilustradas e textos de ficção, sem falar das publicações especializadas distribuídas por organismos municipais de turismo. No entanto, se é certo que um trabalho que vise verificar o papel da comunicação turística no processo de formação das imagens de um lugar deve procurar identificar e reunir o maior número possível de fontes, também é compreensível admitir, como sublinha Voisin (2004), que se torna materialmente inviável a exploração minuciosa da totalidade dos documentos cujos conteúdos essenciais poderão certamente ser indicados através de amostragens significativas, representativas de uma época, de um emissor, de um tema ou de um aspeto particular.

Para os pesquisadores destas fontes documentais, a primeira dificuldade que se apresenta no contexto da investigação é que este material por vezes não se encontra disponível quer em arquivos de bibliotecas quer nos arquivos das entidades públicas e privadas que os editaram. Com efeito, folhetos, mapas e pequenos guias de distribuição gratuita não têm um valor documental reconhecido pelos cânones do género. Concebida para um consumo pontual e descartável, com conteúdos naturalmente perecíveis, esta tipologia de documentos é afetada intensamente pelos critérios de preservação destas entidades, o que dificulta o acesso dos pesquisadores do tema e o desenvolvimento de pesquisas de longo prazo (Voisin, 2004; Franco, 2007). É certamente por essa razão que tal tipo de documentos, aparentemente sem importância histórica no plano científico, raramente foi tido em conta nos estudos de comunicação turística, apesar de alguns autores, já na década de 1990 e no início do século XXI, terem destacado a importância das brochuras e folhetos turísticos como “les seuls en mesure de fixer l’information sous une forme durable pour un coût réduit” (Lanquar e Holier, 1994:59) e como as principais fontes de informação para turistas, fazendo parte das suas experiências de viagem (Nielsen, 2002). Nesta perspectiva, Voisin (2004) sustenta que tais objetos comunicacionais desempenham um papel importante, senão decisivo,

na formação das imagens de um sítio turístico, e não apenas em relação aos visitantes mas também, e talvez sobretudo, em relação à população local, num jogo de espelhos identitários.

Neste contexto, considerou-se pertinente proceder a uma pesquisa que permita verificar o papel da comunicação turística na construção da imagem de um lugar, optando-se por um estudo de três casos compreendendo três pequenas cidades situadas na zona norte de Portugal – Vila do Conde, Póvoa de Varzim e Esposende –, as quais se apresentam como lugares turísticos que exibem como atração comum a sua situação geográfica litorânea, embora com uma marcada diferença nas suas especificidades e no seu património. Refira-se, a título de curiosidade, a existência de uma outra marca comum a estas três cidades, que consiste no facto de fazerem parte do Caminho Português da Costa, um caminho da orla marítima que, a partir do burgo portuense e passando por Matosinhos, Maia, Vila do Conde, Póvoa de Varzim, Esposende, Viana do Castelo e Caminha era, segundo alguns historiadores, um dos eixos mais importantes para alcançar Santiago de Compostela¹.

O *corpus* documental restringe-se à área dos folhetos e brochuras produzidos e editados por entidades municipais e governamentais, ou ainda por empresas de comunicação e de gestão de operadores turísticos, desde o início da década de 1970 até à atualidade, mais concretamente até junho de 2013. A recolha dos documentos foi feita nos Postos de Turismo e nas Bibliotecas Municipais das cidades em estudo. No total foram consultados 75 documentos (20 de Vila do Conde, 30 da Póvoa de Varzim e 25 de Esposende), tendo sido selecionados para análise 11 de cada um dos três destinos. O objetivo é descobrir os mecanismos discursivos que conduzem à construção de um *puzzle* narrativo acerca desses lugares e das suas gentes. A nossa atenção recaiu particularmente sobre a forma como a utilização intencional de estereótipos verbais e imagéticos ajuda a construir os conceitos que servem para vender a imagem de um determinado destino turístico.

A partir deste estudo comparativo, o objetivo último será tentar mostrar de que modo vem sendo construída a imagem de Portugal, partindo do princípio de que “o turismo é a imagem de um país e uma outra forma de contar a sua história e de explorar a sua personalidade” (Afonso, 2012: 3).

2. A importância dos folhetos e brochuras na comunicação turística

A existência de uma relação íntima entre turismo e comunicação resulta da própria natureza do

fenómeno turístico ou, como sinteticamente formula Baldissera (2007), “pensar turismo é, também, pensar comunicação”. Com efeito, para escolherem um destino, os turistas necessitam de informação sobre o lugar para onde vão e os meios de chegar até lá, implicando desse modo a comunicação como elemento essencial do processo logístico e comercial do turismo. Daí decorre o facto de ser inteiramente razoável aceitar-se que “seria ingenuidade pensar que um local possa ser *naturalmente* turístico. Seu reconhecimento como *turístico* é uma construção cultural – isto é, envolve a criação de um sistema integrado de significados através dos quais a realidade turística de um lugar é estabelecida, mantida e negociada” (Castro, 1999: 81).

A expressão “comunicação turística” obteve uma maior visibilidade a partir da década de 1990, quando Boyer e Viallon (1994) publicaram um ensaio intitulado *La communication touristique*, no qual procuravam definir um campo científico interdisciplinar situado na encruzilhada desses dois domínios. A revisão da literatura existente sobre o assunto demonstra que a definição deste conceito, depois de um período de uma certa indefinição, se pode considerar hoje em dia mais consolidada. Segundo Voisin (2004), a expressão “comunicação turística” denota a comunicação produzida no âmbito do turismo, aparentemente dotada de especificidades que a distinguem dos estudos tradicionais de marketing. A mesma opinião é partilhada por Baldissera que, partindo do entendimento da comunicação turística como um subsistema de comunicação que beneficia das reflexões realizadas no campo das Relações Públicas, do Jornalismo, da Publicidade e da Propaganda, e advertindo para o facto de muitas pesquisas nesta área se reduzirem a estudos de comunicação de marketing, a define como “toda a comunicação que se realiza no âmbito das relações de turismo, em seus diferentes processos, suportes e contextos, ou seja, compreende a comunicação que, de alguma forma e em algum nível – formal e/ou informalmente –, atualiza/materializa sentidos relativos às ideias e às práticas de turismo” (Baldissera, 2010:68). Numa definição mais abrangente, que vai para além daquilo que Franco (2006) classifica como “a comunicação fragmentada dos folhetos, mapas, guias, jornais e revistas que se ocupam de direcionar de modo também fragmentado e prático o olhar do turista no processo de recolhimento das migalhas dos lugares por onde passa”, esta mesma autora arrisca identificar a comunicação turística como todo o conjunto de instrumentos e estratégias de comunicação que tem como objeto o deslocamento humano real ou virtual nos seus aspetos físicos, sociais, culturais e psicológicos. Esta explanação, que traz para o terreno outras implicações que não

cabem no nosso objeto de estudo, permite-lhe incluir no conceito toda a literatura de viagem ficcional e não ficcional e, conseqüentemente, a discussão acerca do modo como este género literário também contribui para a construção da imagem dos lugares.

Yasoshima (2004) sustenta que a comunicação turística serve para entendermos melhor o papel do marketing para o turismo, uma vez que ela é portadora de imagens que são feitas. A comunicação torna-se, assim, no veículo privilegiado para a construção da imagem de marca de um produto turístico na mente do consumidor potencial, sendo que os *media* impressos constituem um dos principais canais de divulgação da imagem de um lugar. Com efeito, apesar da crescente preponderância dos *media* eletrónicos no âmbito da promoção turística, o papel dos pequenos objetos comunicacionais esparsos, vulgarmente conhecidos por folhetos ou desdobráveis¹, continua a ser relevante na construção da imagem dos lugares que se querem dar a conhecer ao turista. Alguns autores consideram-nos até como os únicos instrumentos capazes de fixar a informação sob uma forma durável por um custo reduzido. Outros consideram-nos como as principais fontes de informação para os turistas, fazendo de tal forma parte das suas experiências de viagem que, habitualmente, os guardam como recordação após consumirem o produto turístico, o que comprova a conexão emocional que se pode estabelecer entre os lugares onde as pessoas se sentiram felizes e os objetos teoricamente descartáveis que representam, verbal e imagetivamente, esses mesmos lugares. Há até quem classifique o folheto como o instrumento que mais repercussão tem entre os turistas, agentes de viagens e outros, ao tornar visível a imagem do produto turístico. E se atendermos ao carácter imaterial e intangível desse mesmo produto, o folheto pode ser definido como a sua embalagem, uma vez que contém no seu interior informações e imagens sobre aquilo que se pretende promover e vender. Logicamente, essas informações são normalmente acompanhadas por descrições de carácter elogioso, salientando as qualidades e virtudes do objeto descrito através de um discurso hiperbólico e eufórico onde são frequentes os adjetivos de intensificação do tipo *maravilhoso, excepcional, fabuloso, sublime, excelente, único*.

3. A formação da imagem de um destino turístico a partir das representações estereotipadas

No espaço da lusofonia, na primeira década do século XXI começam a surgir pesquisas que elegem como tema de estudo a linguagem destes “pequenos objetos comunicacionais esparsos”. No Brasil,

Amaro (2006) escolheu o folheto como objeto de análise para tentar compreender o funcionamento das práticas de linguagem no âmbito do Turismo Social, propondo na conclusão do seu estudo que nos cursos de Turismo seja introduzido um conteúdo disciplinar que trabalhe a elaboração de *folders* enquanto género textual considerado relevante no contexto da comunicação turística. Ainda no Brasil, Pereira e Ornelas (2005) publicaram um artigo no qual se procura identificar o potencial utilitário dos estereótipos usados nos folhetos, tentando estabelecer de que forma eles constituem um meio de divulgação e promoção de destinos turísticos. Neste caso, porém, o conceito de estereótipo revela-se bem mais positivo do que aquele que foi introduzido em 1922 nas ciências sociais por Walter Lippmann e que pode ser definido como a “expressão ou ideia cristalizada e reproduzida nos discursos individuais ou de massa resultante de uma classificação, simplificação e generalização que evidenciam e representam um conjunto de valores, juízos e crenças” (Cascais, 2001: 87). Com efeito, tomado como tal, o conceito passou a traduzir um tipo de opinião ou de representação que teria por característica ignorar a complexidade que é própria dos indivíduos, dos grupos e dos povos, sendo por isso percebido como qualquer coisa de negativo, porque redutor da realidade. Numa tradição individualista do pensamento, os estereótipos eram, assim, concebidos como “o modo habitual de pensar de pessoas preconceituosas, acostumadas a tratar de forma discriminatória os membros das categorias minoritárias” (Pereira e Ornelas, 2005: 10). Só com a entrada em cena do movimento cognitivista é que os estereótipos deixaram de ser vistos como a manifestação de um processo patológico, típico de indivíduos autoritários e desequilibrados, passando a ser tratados como “o modo habitual de pensar da maioria das pessoas” (Fiske, 2000; Pereira, 2002). É nesta perspetiva que o conceito é aqui utilizado, até porque os estereótipos verbais, tal como as imagens estereotipadas tão frequentes na documentação turística em análise, representam “o fundo de imaginário social constituído pelos média e são o que é mais comumente partilhado” (Goliot-Leté et al., 2011: 154).

A literatura especializada sobre os estereótipos e o turismo revela-se, de uma forma geral, pouco abrangente. Alguns estudos referem-se à forma pela qual os turistas utilizam os estereótipos para julgar e avaliar os nativos e os destinos escolhidos (Andsager e Drzewiecka, 2002) ou, em contrapartida, de que modo os turistas reforçam os estereótipos a respeito dos nativos (Lexson, 1991). Outros procuram determinar como é que os nativos desenvolvem padrões diferenciais de estereotipização para as diversas categorias de turistas (Brewer, 1984).

Alguns autores, como Barbosa (2001), censuram a falta de criatividade na promoção e venda de pacotes e roteiros turísticos, destacando a utilização recorrente de imagens estereotipadas que associam as viagens a símbolos exclusivamente eufóricos, tais como pessoas felizes, de porte atlético, com corpos de manequim, famílias perfeitas, pais e filhos em harmonia. Por sua vez, Pereira e Ornelas (2005) procuram demonstrar que as vantagens obtidas por todos os intervenientes no processo superam as diversas imprecisões e um certo afastamento da verdade resultantes da apropriação turística dos estereótipos. Com efeito, não só os agentes de venda de destinos turísticos podem contar com um quadro narrativo e argumentativo perfeitamente compreensível para a abordagem ao cliente, o que facilita as estratégias persuasivas durante a negociação, como também os agentes promotores podem utilizar os estereótipos para segmentarem as suas campanhas, identificando, através deles, os possíveis elementos atrativos para os seus clientes potenciais.

Esta vertente de investigação tem um interesse particular para a tipologia dos documentos em análise. Com efeito, é sabido que, nos folhetos e nas brochuras, quer os textos quer as imagens se caracterizam pela estereotipização dos lugares e das gentes, sem que isso comporte necessariamente uma carga negativa, traduzindo antes, conforme já foi referido, o modo habitual de pensar da maioria das pessoas e assumindo a condição de elementos indispensáveis no processo de categorização, na medida em que, como sublinha Allport (1962), esses estereótipos oferecem os recursos necessários para simplificar, retirar as ambiguidades e enriquecer a experiência de perceção durante os encontros sociais.

4. Os casos de Vila do Conde, Póvoa de Varzim e Esposende

A indústria do turismo é talvez a área da vida cultural moderna que melhor pode demonstrar a natureza utilitária dos estereótipos, tal como foram definidos anteriormente. Com efeito, na atualidade o destino das viagens de lazer não é determinado exclusivamente pela busca de locais de natureza exuberante ou de sítios com um valioso património edificado. Como referem Pereira e Ornelas (2005: 10), “novos deslocamentos no espaço geográfico são determinados pela procura de eventos e situações em que os principais objetivos são o encontro com pessoas diferentes, com práticas pouco usuais, costumes exóticos e hábitos distintos daqueles do viajante”. Não será, pois, de estranhar que os materiais promocionais elaborados por entidades ligadas

Tabela 1: Relação dos documentos submetidos a análise

	Documento	Nº	Formato	Entidade responsável
Vila do Conde	Roteiro – Vila do Conde	1	Folheto	Câmara Municipal
	Viver Vila do Conde	2	Folheto	Câmara Municipal
	Guia Turístico de Vila do Conde 2006	3	Brochura	Empresa de Publicidade e Informática
	Capela do Socorro – 400 anos	4	Brochura	Câmara Municipal
	Viva Vila do Conde 2001	5	Folheto	Câmara Municipal
	Rendas de Bilros	6	Folheto	Câmara Municipal
	Vila do Conde - Portugal	7	Brochura	Câmara Municipal
	Vila do Conde – Rendas de Bilros	8	Folheto	Câmara Municipal
	Viagem à Rosa dos Ventos	9	Folheto	Câmara Municipal
	Alfândega Régia – Museu de Construção Naval	10	Folheto	Câmara Municipal
	Vila do Conde: Tempo e Território	11	Folheto	Museu Municipal
Póvoa de Varzim	Póvoa de Varzim – Mapa Turístico	1	Folheto	Câmara Municipal
	Póvoa de Varzim – É bom viver aqui	2	Folheto	Câmara Municipal
	Póvoa de Varzim – Um Mar de Prazeres	3	Brochura	Câmara Municipal
	Póvoa de Varzim – Quatro Itinerários Turísticos	4	Brochura	Câmara Municipal / Turismo de Portugal
	À descoberta da Póvoa de Varzim	5	Brochura	Câmara Municipal
	Roteiro Turístico 2002 – Póvoa de Varzim	6	Brochura	Empresa de Gestão de Oper. Turísticos
	Póvoa de varzim – É Bom Viver Aqui [2013]	7	Folheto	Câmara Municipal
	Póvoa de Varzim – Coração da Costa Verde	8	Brochura	Câmara Municipal
	Póvoa de Varzim – Costa Verde	9	Folheto	Povoatur
	Póvoa de Varzim – Costa Verde, Portugal	10	Brochura	Câmara Municipal
	Copa do Mundo do Tiro ao Voo	11	Brochura	Câmara Municipal / Porto e Norte
Esposende	Esposende – Um Privilégio da Natureza	1	Brochura	Câmara Municipal
	Aromas e Sabores de Esposende	2	Folheto	Câmara Municipal
	Esposende – Um Privilégio da Natureza 2011	3	Brochura	Empresa de Gestão de Oper. Turísticos
	Esposende – Guia Free	4	Brochura	Empresa de Comunicação e Imagem
	Esposende - Ofir	5	Folheto	Câmara Municipal
	Março com sabores do mar [2000]	6	Folheto	Câmara Municipal
	Março com sabores do mar 2009	7	Brochura	Câmara Municipal
	Março com sabores do mar 2010	8	Brochura	Câmara Municipal
	Março com sabores do mar 2011	9	Brochura	Câmara Municipal
	Roteiro - Esposende	10	Brochura	Câmara Municipal
	Esposende - Portugal	11	Folheto	Região de Turismo do Alto Minho

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 2: Frequência das representações estereotipadas [Vila do Conde]

Estereótipos	Documentos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total
	Terra milenar	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	
Terra cheia de tradições	-	1	3	1	1	1	2	1	-	-	-	-	10
Cidade com memória	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2	1	-	4
Cidade tranquila/praias tranquilas	1	1	3	-	1	-	-	-	-	-	-	-	6
Povo hospitaleiro	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Povo alegre [nos festejos]	-	-	2	-	1	-	-	1	-	-	-	-	4
Povo bairrista	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	1	-	3
Povo devoto	-	-	-	3	-	-	1	-	-	-	-	-	4

Fonte: Elaborada a partir dos dados coligidos na pesquisa

ao governo central ou ao poder local se apropriem dos componentes positivos dos estereótipos para a promoção de destinos turísticos, utilizando-os como um meio de destacar aquilo que cada um deles possui de mais relevante, de mais belo e de mais atraente. Com efeito, como lembra Voisin (2004), é indispensável investir na imagem, encontrar as singularidades, as vantagens, as diferenças, em suma, a marca distintiva que faz de um lugar algo de especialmente atrativo.

No presente trabalho, como atrás ficou referido, foram analisados 33 documentos produzidos para divulgação dos três destinos turísticos que constituem o nosso objeto de estudo. Os dados relativos aos documentos submetidos a análise podem ser observados na Tabela 1, onde são apresentados os respetivos títulos, a numeração necessária para a sua identificação nas tabelas seguintes, o formato em que foram publicados e a entidade responsável pela edição dos mesmos. Nos pontos 4 e 5 deste artigo, as citações diretas sem referência autoral são extraídas dos folhetos e brochuras que constam da referida tabela.

Os estereótipos manifestos nos documentos analisados podem ser agrupados em duas grandes categorias: uma referente ao lugar e outra referente à população autóctone. Embora o conceito de estereótipo remeta para *categorias sociais*, no presente estudo não seria viável refletir acerca dos estereótipos sobre um povo sem considerar o território por ele habitado, uma vez que o espaço geográfico, ao ser transformado pela ação do agente humano, deixa de se limitar a uma dimensão puramente física.

Nas tabelas seguintes, apresenta-se a frequência das representações estereotipadas referentes aos três destinos turísticos selecionados.

A primeira ilação a retirar desta tabela é que, excetuando a referência à preservação das tradições e à tranquilidade do lugar, é pouco significativa a frequência das representações estereotipadas nos

documentos em análise. Ainda assim, das quatro representações relativas ao lugar, sobressai a ideia de Vila do Conde como uma terra antiga, cheia de tradições, que sabe preservar e valorizar a memória do seu orgulhoso passado, tendo consciência de que o notável conjunto de monumentos representativos de várias épocas, com realce para o núcleo urbano quinhentista, faz dela “uma relíquia do património arquitectónico português”. Esta vertente da preservação das tradições, aliada à gastronomia, às rendas de bilros e às artes de pesca, às feiras, festas e romarias, constituem marca de autenticidade e fonte de permanente desenvolvimento do seu turismo cultural e gastronómico. Não admira, pois, que o concelho de Vila do Conde constitua hoje uma referência turística de qualidade no Norte do país, de que são prova os muitos milhares de forasteiros que o visitam, agora ultrapassando a sazonalidade.

A característica milenar do burgo parece arrastar consigo o estereótipo da “cidade tranquila”, como se esse rótulo de *slow city* fosse imprescindível para a preservação das camadas de história que o tempo foi acumulando nos edifícios e nos muros da cidade, construindo desse modo a imagem turística do lugar. Refira-se que o estereótipo da tranquilidade se projeta para lá dos limites urbanos, através da reiterada alusão aos “18 quilómetros de praias tranquilas de areia fina” do litoral concelhio.

No que toca à caracterização da população autóctone, o estereótipo do “povo hospitaleiro”, longe de ser usado sistematicamente nos folhetos e brochuras, apenas pontualmente é mencionado, como se a hospitalidade fosse um dado adquirido, que não preocupa sobremaneira o emissor/agente turístico. Pressupõe-se, assim, o quadro de um povo naturalmente acolhedor, amistososo, recetivo, que trata bem o seu visitante. Estamos longe aqui de outros destinos turísticos como aquele citado por Pereira e Ornelas (2005) referente à cidade de São Salvador da Baía onde as agências de fomento ao turismo sentem a necessidade de promover anual-

Tabela 3: Frequência das representações estereotipadas [Póvoa de Varzim]

Estereótipos	Documentos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total
Estereótipos		1	1	1	1	-	1	-	1	-	1	-	7
Cidade cosmopolita		-	-	1	1	1	1	-	-	-	1	1	6
Cidade moderna e dinâmica		-	-	1	1	1	1	-	-	-	1	2	7
Cidade de lazer		1	-	-	1	-	-	1	-	-	1	1	5
Povo hospitaleiro		-	-	1	1	1	-	-	-	-	-	1	4
Povo folião [nos festejos]		-	-	-	-	-	2	1	-	-	1	-	4
Povo crente e devoto		-	-	1	1	-	3	1	-	1	1	-	8
Comunidade piscatória original		1	1	-	2	-	7	-	-	-	-	-	11

Fonte: Elaborada a partir dos dados coligidos na pesquisa

mente, na estação alta, uma campanha publicitária destinada aos baianos, com o significativo slogan *Trate bem o turista, saudade neles!*

O tema da festa e da alegria do povo surge apenas ligado aos festejos sanjoaninos que transformam a habitual pacatez dos vilacondenses num arraial que chega a ser eufórico na sua componente mais profana (o termo “euforia” é usado num dos documentos analisados). Ligado a este tema da festa, surge o estereótipo do “povo devoto”. Sendo a devoção religiosa um apanágio da população autóctone, ela surge corporizada sobretudo na secular tradição dos tapetes de flores que, de quatro em quatro anos, enchem de cores e perfumes as ruas do centro histórico da cidade para a procissão do Corpo de Deus, numa demonstração de fé misturada com bairrismo que se transformou num inegável cartaz turístico². Com efeito, os referidos tapetes são considerados, pela sua monumentalidade, um dos conjuntos de flores naturais mais grandiosos do mundo.

A Póvoa de Varzim, cidade sem rio mas, tal como Vila do Conde, “virada para o mar”, surge nas representações estereotipadas com características que lhe conferem uma forte identidade. Com efeito, a idiossincrasia desta “cidade atlântica” fê-la adquirir, pela fama da sua praia de banhos desde o século XVIII e pela presença do Casino a partir da terceira década do século XX, uma feição de cidade de lazer, cosmopolita, moderna e dinâmica. E se o epíteto de “cosmopolita” nos parece um exagero típico dos textos promocionais, é indesmentível que a urbe poveira conseguiu criar essa atmosfera de “cidade de lazer”, apesar da vizinha Vila do Conde ter sido a primeira das duas a ter um casino e uma praia considerada *chic*³. É certo que as representações estereotipadas do lugar estão longe de se cingir a esta componente do lazer, do jogo, da “praia, sol e mar”, da “grande estância balnear do norte”, uma vez que também são acentuadas nos textos duas outras facetas que

caracterizam a Póvoa enquanto concelho: o interior rural e a faixa costeira piscatória, representadas no monumento “Às gentes da Póvoa”, um conjunto escultórico que pretende simbolizar a dualidade da pesca e da agricultura mas que pode perfeitamente integrar-se na tríade mar-campo-cidade. E se é verdade que “o mar é mesmo a personagem central da cidade” e que o mesmo “está sempre presente na alma do poveiro”, também é verdade que a promoção turística considera a região poveira como “um encontro perfeito entre a natureza e a civilização”, destacando a “harmonia entre a marina e a tradicional atividade piscatória”, que o mesmo é dizer, entre o lazer e o trabalho. O certo é que, entre a agricultura e a pesca, a indústria dos banhos foi florescendo, atraindo um vasto setor da fidalguia do norte de Portugal já na segunda metade do século XIX e passando a constituir o mais relevante cartaz turístico da cidade a partir do século XX. Foi a praia que proporcionou o desenvolvimento do turismo poveiro e o conseqüente aparecimento das correspondentes estruturas de apoio, quase sempre perto do mar. Sobre, no entanto, espaço para a construção de outros polos de interesse, bem ilustrados na brochura *Póvoa de Varzim - Quatro Itinerários Turísticos*, um documento produzido na primeira década do século XXI e que vem ao encontro do projeto, já delineado em 1996, de construir “um roteiro turístico onde os valores do património histórico-cultural estejam presentes, a par de outras estruturas de apoio [...] que, acrescentadas às existentes, façam da Póvoa de Varzim uma Terra de Turismo de Qualidade, todo o ano” (Vieira, 1996:3).

No que diz respeito à caracterização da população autóctone, não se registam grandes diferenças relativamente às representações estereotipadas do povo vilacondense. Merece, no entanto, destaque a abundante referência à originalidade e à forte identidade da comunidade piscatória poveira que, ao longo dos três últimos séculos, se foi aconchegando

Tabela 4: Frequência das representações estereotipadas [Esposende]

Estereótipos	Documentos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total
Privilégio da natureza		3	1	1	2	-	-	1	1	1	1	1	12
Jardim à beira mar plantado		1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	2
Paraíso gastronómico		3	1	-	-	-	-	-	1	1	-	-	6
Terra com sabores do mar		-	-	1	-	-	1	1	1	1	-	-	5
Povo alegre e folião		1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	3
Povo religioso		-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	2
Povo agarrado às tradições		-	-	-	-	3	-	-	-	-	1	-	4
Povo humilde		1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1

Fonte: Elaborada a partir dos dados coligidos na pesquisa

à enseada, onde se estabeleceu numa comunidade fechada, com hábitos e regras próprios, tendo sobrevivido assim até meados do século XX. E ainda hoje, no porto de mar, ao presenciar a azáfama típica da arte da pesca, se pode assistir a um espetáculo de cor e movimento numa classe social altamente especializada e que, apesar da homogeneização característica dos tempos modernos, “ainda mantém traços visíveis da tão forte identidade colectiva de outrora”. Refira-se também que a maioria das peças escultóricas reproduzidas nos documentos em análise – *O Cego do Maio*, *S. Pedro [Pescador]*, *Monumento à Peixeira*, *Monumento ao Pescador* e, parcialmente, *As Gentes da Póvoa de Varzim* – estão indelévelmente ligadas aos pescadores e às suas mulheres, que sempre tiveram um lugar preponderante nesta comunidade piscatória.

No que toca a Esposende, a análise dos folhetos e brochuras permitiu a identificação de duas representações principais relativas ao lugar. Com efeito, se a formulação “paraíso gastronómico” está semanticamente ligada a “terra com sabores do mar”, também se torna evidente a relação semântica entre o estereótipo “privilégio da natureza”, escolhido como slogan, e a formulação “jardim à beira mar plantado”, um lugar-comum já usado como metáfora de todo o território português pela propaganda do antigo regime e que aqui é usado igualmente na variante “à beira-mar nasceu um dia”.

Para além das belezas naturais de uma cidade situada, tal com Vila do Conde, junto da foz de um rio, o acento tónico presente nos documentos de promoção turística desta “Terra de Mar” é colocado, por conseguinte, nas suas virtualidades gastronómicas, referidas como “ímpares na região e no país” e apresentando Esposende como “um pequeno paraíso no domínio da preservação desses Tesouros Gastronómicos”, qualificados também como “verdadeiros manjares dos deuses”. O evento “Março com sabores do mar”, que teve a sua primeira edição no ano

2000, é hoje um cartaz gastronómico consolidado na região, como é possível verificar através da série de folhetos/brochuras editados a partir do início deste século até à atualidade, tendo-se transformado num evento-âncora que se insere numa estratégia de valorização dos produtos endógenos e na introdução de novos pratos nas ementas dos restaurantes locais. Por via disso, Esposende tornou-se num dos destinos gastronómicos de eleição para milhares de forasteiros que, anualmente, aí acorrem numa espécie de romaria.

A caracterização da população autóctone não apresenta, também neste caso, diferenças significativas relativamente às representações estereotipadas dos dois destinos anteriormente analisados. Tal como no caso vilacondense, o nativo surge com alguma frequência como um povo “agarrado às tradições”, de tal forma que visitar Esposende constitui para o turista a oportunidade de conhecer uma “antiga vila de pescadores que mantém o ritmo secular das tradições”, referindo-se especificamente a Apúlia como o lugar onde “os sargaceiros vestem trajos que recordam a presença romana na região”, numa alusão aos saios que ainda hoje são usados pelos elementos masculinos do Grupo dos Sargaceiros da Casa do Povo de Apúlia, de quem se diz que “foi o mar que os ensinou a dançar”. Ainda no âmbito do folclore, “marcado ora pela litoralidade, ora pela interioridade”, merece destaque a Ronda de Vila Chã, “o mais antigo dos agrupamentos folclóricos do Norte e talvez do País”, que “canta e dança modas, algumas de sabor medieval, que nenhum outro grupo exhibe”. Sublinhe-se também a alusão ao “povo alegre e folião”, estereótipo ligado aos rituais da matança do porco, da festa de São Martinho (Gandra), do São João (Esposende e Marinhãs), do São Pedro (Esposende), do São Lourenço (Vila Chã) e de São Bartolomeu do Mar (Apúlia), uma multissecular romaria de características ímpares que inclui o ritual da oferta do galo negro e o banho santo no mar. Refira-se, por último, a presença de

um estereótipo que aparece ligado ao espírito de sacrifício da população autóctone que, com trabalho persistente, deixou um notável legado cultural e arquitetónico. Capelas e igrejas, solares e casas de lavoura, moinhos e azenhas, pontes e caminhos, fachos e fortalezas, barcos e artes marítimas, festas e romarias constituem, como se pode ler numa das brochuras, a herança de “um povo que, com a sua humildade, soube contribuir para o engrandecimento cultural de Esposende”.

5. Outras formulações estereotipadas: os slogans

Tomando ainda como ponto de referência as formulações estereotipadas, importa analisar em que medida é que a imagem de marca de um destino turístico pode ser pensada e construída a partir de um slogan. Essa componente micro-textual costuma superlativizar as qualidades do produto que pretende promover, ajudando a construir uma determinada imagem que o discurso verbal, reforçado por uma forte componente icónica, procurará reforçar. Convém recordar a este propósito que toda a promoção turística tem como objetivo aumentar a visibilidade e a atratividade de um determinado lugar, de modo a que o mesmo passe a receber mais turistas, aumentando o consumo, favorecendo a entrada de divisas e, conseqüentemente, contribuindo para elevar o nível de vida do país anfitrião, em geral, e das populações locais, em particular.

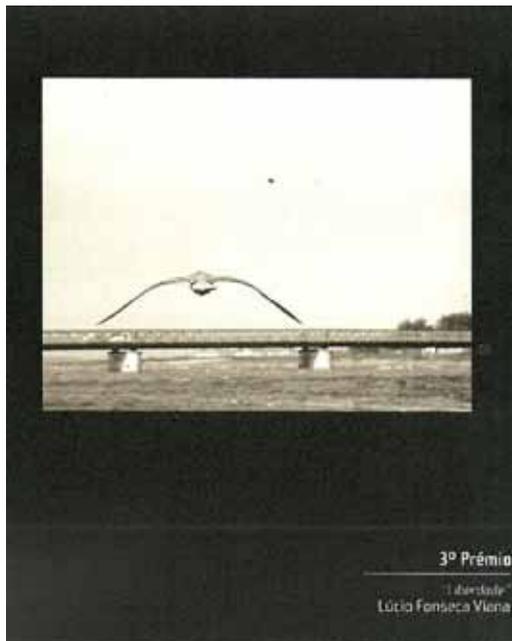
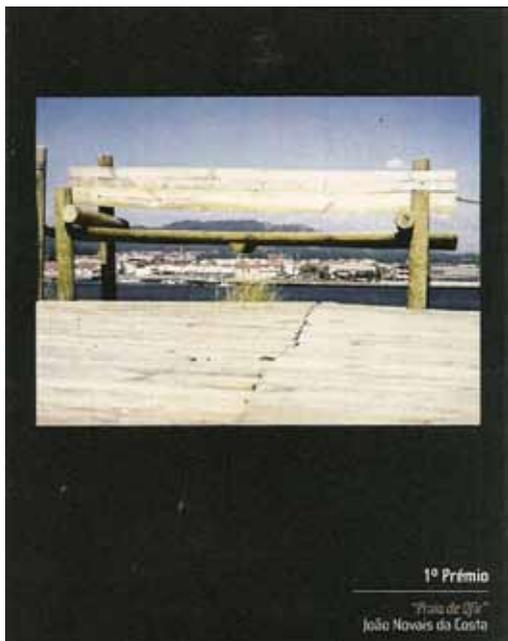
No caso de Vila do Conde, o slogan *Terra de Luz, Brilho de Mar*, que começou a ser utilizado em 2004, apresenta-se formalmente como uma construção binária, posicionando os elementos “terra” e “mar” no início e no fim da frase, ambos ligados à isotopia da luz. Faz-se, deste modo, um apelo forte ao sentido da visão e estimula-se, ao mesmo tempo, a curiosidade da descoberta das várias hipóteses de leitura do termo. Fica, no entanto, bem marcada a presença do binómio que caracteriza esta *terra* de Vila do Conde que é também *terra de mar*, tal como havíamos sublinhado nos casos da Póvoa de Varzim e de Esposende. Além disso, este slogan vai-se expandindo nos textos dos folhetos. É o caso da definição alegórica de Vila do Conde como “um barco de luz e de pedra navegado por gente feita de mar”. Sublinhe-se, a este propósito que, apesar da natural prevalência dos estereótipos linguísticos e dos clichés imagéticos, nem só de clichés e de lugares-comuns é feito o discurso dos folhetos de promoção turística. Os autores dos textos aspiram não raras vezes a passar do domínio da comunicação utilitária para o domínio da comunicação artística, anaforizando, personificando ou metaforizando o

discurso, como por exemplo quando se escreve a propósito de um dos ex- libris da milenar cidade: “Na densidade da sua espessura histórica, as Rendas de Bilros de Vila do Conde são a espuma dos dias”.

Relativamente à Póvoa de Varzim, o slogan *Um Mar de Prazeres*, usado institucionalmente desde 1992 e presente em muitos dos documentos analisados, foi substituído em 2004 pelo slogan *É bom viver aqui*. De um eixo semântico mais direcionado para a promoção do turismo balnear e para uma vertente hedonista (a fruição de prazeres num “mar” que é também “imensidão”, “infinidade”), parte-se, assim, para um novo paradigma de sentido. Com efeito, “É bom viver aqui”, traduzido por “Qué bien se está aquí”, “It’s good to be here” ou “C’est bon d’être ici”, coloca o acento tónico na possibilidade de comunhão do turista com o nativo, num lugar que pressupõe a oferta do bem *estar* e, por conseguinte, a componente eufórica fundamental para esse mesmo lugar se constituir como polo de atração turística. Por outro lado, a expansão do microtexto no texto dos folhetos confirma a hipótese de a imagem de marca de um destino turístico poder ser construída a partir de um slogan: “Aqui vivem-se grandes momentos, de onde se destaca o mais prestigiante encontro de escritores que se realiza em Portugal – Correntes d’Escritas –, as festas de S. Pedro, o Festival Internacional de Música, os Sabores Poveiros... É bom viver aqui!”.

No caso de Esposende, é relevante sublinhar que o slogan *Um Privilégio da Natureza*, adotado no início da década de 1990, se expande também no texto dos folhetos e brochuras quando aí se faz referência a uma região “única e singular”, com “uma grandeza patrimonial e paisagística ímpar”. Além disso, pode dizer-se que este microtexto se tornou produtivo a nível da comunicação turística ao ser escolhido como tema inspirador de um concurso de fotografia realizado em 2004. Com efeito, as imagens selecionadas para a exposição temporária no Museu Municipal de Esposende, como é possível verificar na Figura 1, demonstram até que ponto é possível reinventar a paisagem⁴, transformando e transtornando os clichés habitualmente utilizados nos cartazes, folhetos e brochuras e estimulando, desse modo, “aquele museu imaginário que fomos acumulando nesta civilização da imagem e que reencontramos aqui e ali, quando à indiferença do quotidiano, ajustamos, acrescentamos o olhar – esse olhar de identificação cultural que nos fornece a paisagem” (Serén, 2004). Este seria o exemplo típico de que “o estereótipo é a regra e que a arte é a exceção, mas é a partir desta regra que se constroem as exceções” (Goliot-Leté et al., 2011: 154).

Fig. 1: Fotos do Concurso ‘Esposende, um Privilégio da Natureza’



Fonte: *Exposição Fotográfica. Concurso ‘Esposende, um Privilégio da Natureza’, 10 de Julho a 30 de Setembro 2004. Brochura editada pelo Museu Municipal de Esposende.*

Considerações finais

Através do estudo de três casos e apesar de, no seu conjunto, ser pouco significativa a frequência das representações estereotipadas, nomeadamente no que toca à caracterização das populações autóctones, achamos ter ficado suficientemente demonstrado o contributo que os folhetos e brochuras podem ter na construção da imagem de um destino turístico. E se é certo que os slogans, os textos e as fotografias são, na sua maioria, estereótipos das terras e das gentes, também é verdade que os mesmos prestam um relevante papel para todos os envolvidos na indústria turística. Com efeito, mediante o seu uso, os agentes promotores de destinos turísticos “contam com um quadro narrativo e argumentativo perfeitamente compreensível para a abordagem ao cliente, o que facilita as estratégias persuasivas durante a negociação” (Pereira e Ornelas, 2005:16). Além disso, essas representações revelam-se capazes de criar expectativas, de valorizar destinos, de insinuar prazeres que fazem mergulhar visitantes e visitados numa espécie de torpor mútuo em que as vantagens obtidas por todos superam as imprecisões e um certo afastamento da verdade produzidos por essas visões estereotipadas. No fundo, pode dizer-se que eles abrem o caminho para a realização dos sonhos que habitam corações e mentes de homens e

mulheres em busca de novas experiências e de novas possibilidades de convivência. Os estereótipos são, assim, utilizados como um meio de pôr em destaque aquilo que determinado local possui de mais atraente ou sedutor, desempenhando desse modo o papel de formadores de motivações e desejos e contribuindo para a construção da identidade turística e da imagem do destino que está a ser promovido. Com efeito, uma conceção positiva sobre um povo que se torne amplamente compartilhada atrai pessoas e, com elas, atrai lucros e investimentos. Pode, então, concluir-se que o uso desta estratégia ajuda a criar todo um *fetichismo* mercadológico capaz de despertar a vontade de “estar lá” e de “ser como eles”. Nos casos estudados, o slogan promocional da Póvoa de Varzim “É bom viver aqui”, que também podia ser “É bom estar aqui”, faz diretamente apelo a esse *fetichismo* mercadológico.

O que subjaz, por conseguinte, à construção dos documentos que constituíram o nosso *corpus* de análise é o princípio da psicologia behaviorista segundo o qual um estímulo neutro, quando associado a um estímulo agradável e positivo, imediatamente se transforma num estímulo também positivo. Lugares como Vila do Conde, Póvoa de Varzim ou Esposende, quando associados a frases e imagens positivas, podem tornar-se em estímulos altamente positivos. É a partir da criação desses estímulos, transformados em necessidades secundárias, que as

peçoas atualmente escolhem um destino turístico. E embora sejam de cunho secundário, não sendo por isso essenciais para a sobrevivência das peçoas, esses fatores motivacionais passam a fazer parte de uma necessidade criada. Isto leva-nos a concluir que a escolha do destino turístico é, em grande parte, devedora da imagem construída pelos folhetos e brochuras, quer na estereotipização positiva dos lugares quer na das populações autóctones.

Uma outra ilação que decorre da nossa experiência de leitura dos múltiplos documentos produzidos, na sua grande maioria, por entidades municipais, é a constatação do grande esforço que está a ser feito por todas elas na preservação do património e da identidade cultural dos lugares, visível na crescente realização de eventos em que se revitalizam memórias ancestrais, como é o caso de “Galaicofolia – 2000 anos de festa” no concelho de Esposende, na criação de roteiros de visita, como é o caso dos Quatro Itinerários Turísticos no concelho da Póvoa de Varzim, ou na constituição de polos de atração turística, como acontece no caso do núcleo museológico composto pela Alfândega Régia, pela Nau Quinhentista e pela Casa do Barco em Vila do Conde.

Da observação documental efetuada, facilmente se conclui também que só a manutenção daquilo que identifica os lugares poderá garantir a diferença entre estas terras e as demais, impedindo que as mesmas se percam como apenas mais um destino turístico no contexto de um acelerado processo de homogeneização dos lugares e das gentes que os habitam. Como sustenta Ferreira (2007:14), “é hoje reconhecido que a beleza, a coerência cultural e a identidade dos lugares, associadas ao bem-estar dos seus habitantes, são poderoso factor de atracção – portanto, de desenvolvimento económico. Porque ninguém, daqui em diante, português ou estrangeiro, procurará conhecer, passar tempos livres ou férias em lugares incarcaterísticos, destruídos, banalizados ou pluídos”.

Bibliografia

- Afonso, Sara
2012 “Editorial”. *Empire*, nº 20, Dezembro de 2012: 3.
Allport, G.
1962 *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires: Eudeba.
Amaro, Daniela Matté
2006 *Análise do Gênero Fôlder no Turismo Social*. Monografia de Conclusão do Curso de Especialização em Ensino de Línguas Estrangeiras Modernas. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. 57 p. Disponível em: www.calem.ct.utfpr.edu.br/monografias/DanielaAmaro.pdf. Acesso em: 25/11/2012.

- Andsager, J.; Drzewiecka, J.
2002 “Desirability of differences in destinations”. *Annals of Tourism Research*, 29(2): 401-421.
Baldissera, Rudimar
2007 “Comunicação turística”. *Anais do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul*, 8, Passo Fundo. 13 p. Disponível em: www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0492-1.pdf. Acesso em: 02/12/2012.
Baldissera, Rudimar
2010 “Comunicação turística: a comunicação das Secretarias Municipais de Turismo da Rota Romântica, Vale de Sinos e vale do Paranhana (RS)”. *Conexão-Comunicação e Cultura*, UCS, Caxias do Sul, v. 9, nº 17, jan./jun. 2010: 67- 83.
Barbosa, Y. M.
2003 *O despertar do turismo: um olhar crítico sobre os não lugares*. São Paulo: Aleph.
Boyer, Marc; Viallon, Philippe
1994 *La communication touristique*. Paris: PUF.
Brewer, J.
1984 “Tourism and ethnic stereotypes. Variations in a Mexican town”. *Annals of Tourism Research*, nº 11: 487-501.
Cascais, Fernando
2001 *Dicionário de Jornalismo. As palavras dos media*. Lisboa/São Paulo: Editorial Verbo.
Castro, Celso
1999 *Antropologia Urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal*. 2ª edição, Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
Ferreira, Armindo
2007 *Ecomuseu Rates – Guia do Visitante*. Brochura editada pela Câmara Municipal da Póvoa de Varzim.
Fiske, Susan
2000 “Stereotyping, prejudice and discrimination at the seam between the centuries: evolution, culture, mind and brain”. *European Journal of Social Psychology*, 30: 299-322.
Franco, Patrícia dos Santos
2007 “Comunicação turística: o papel da literatura de viagem como elemento de formação da imagem de um lugar”. *Anais do Intercom Sudeste 2007*. XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste. Universidade Federal de Juiz de Fora - Minas Gerais. 10 p. Disponível em: www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2007/resumos/R0629-1.pdf. Acesso em: 02/12/2012.
Goliot-Leté, Anne; Joly, Martine; Lancien, Thierry; Le Mée, Isabelle-Cécile; Vanoye, Francis
2011 *Dicionário da Imagem*. Lisboa: Edições 70.

- Guaraldo, Tamara S. B.
2006 “Folhetos turísticos: tipos e características”. *Revista Científica Eletrônica de Turismo*, 5(3), Unesp, Junho de 2006. 6 p.
Disponível em: <http://www.revista.inf.br/turismo05/artigos/art04.pdf>. Acesso em: 22-11-2012.
- Lanquar, Robert; Hollier, Robert
1994 *Le marketing touristique*. Paris: PUF.
- Lawson, F.; Baud Bovy, M.
1977 *Tourism and recreational development*. London: Architectural Press.
- Leandro, Aldo Gomes
2006 *O Turismo em João Pessoa e a Construção da Imagem da Cidade*. Dissertação de Mestrado em Geografia. Universidade Federal da Paraíba. 195 p.
Disponível em: http://www.geociencias.ufpb.br/posgrad/dissertacoes/aldo_leandro.pdf. Acesso em: 27/11/2012.
- Lexson, J.
1991 “How ‘we’ see ‘them’”. *Tourism and Native Americans*. *Annals of Tourism Research*, n° 18: 36-391.
- Lopes, S.; Mallou, J.; Boubeta, A.; Maia, S.
2011 “Medição da imagem de marca de Portugal enquanto destino turístico: uma aproximação metodológica mista no contexto do Marketing”. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 16: 115-126.
- Miranda, Marta
1998 *Vila do Conde*. Coleção Cidades e Vilas de Portugal, n° 23. Lisboa: Editorial Presença.
- Nielsen, Christian
2002 *Turismo e mídia: o papel da comunicação na atividade turística*. São Paulo: Contexto.
- Pereira, Ivone
2013 “A praia de Vila do Conde (final do século XIX, início do século XX)”. Em AA.VV., *Vila do Conde: Tempo e Território* (pp. 136-147). Museu de Vila do Conde - Câmara Municipal de Vila do Conde.
- Pereira, Marcos Emanuel
2002 *Psicologia social dos estereótipos*. São Paulo: EPU.
- Pereira, Marcos Emanuel; Ornelas, Tula
2005 “Estereótipos e destinos turísticos: o uso dos estereótipos nos folders de uma agência de fomento ao turismo”. *Caderno Virtual de Turismo*. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil, vol. 5, n° 3: 9-17. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=115416147002>. Acesso em: 29/01/2013.
- Piloto, Adelina
2013 “A festa do Corpo de Deus e os tapetes de flores”. *Terras do Ave*, 6 de Junho de 2013, 586 (23): 14.
- Ruschmann, D.V.M. (2003). *Marketing turístico: um enfoque promocional*. 8ª edição, Campinas/São Paulo: Papirus.
- Serén, Carmo
2004 *Exposição de Fotografia. Concurso ‘Esposende, um Privilégio da Natureza’*. Museu Municipal – Câmara Municipal de Esposende.
- Vieira, José Macedo
1996 “Abertura”. *Póvoa Revista*. Revista da Câmara Municipal da Póvoa de Varzim, Agosto de 1996, 3 (2): 3.
- Voisin, Jane
2004 “Comunicação turística, memória, identidade: uma proposta de abordagem e dois casos (Ilhéus- Bahia e La Rochelle - França)”. *Espaço Acadêmico*. Universidade Estadual de Santa Cruz da Baía. 37(4), Junho de 2004. 22 p.
Disponível em: www.espacoacademico.com.br/037/37evoisin.htm. Acesso em: 25/10/2012.
- Yasoshima, José Roberto
2004 “A comunicação turística como manifestação da hospitalidade de um destino”. *Anais do X CELACOM*. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo. 18 p. Disponível em: http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/A_comunica%C3%A7%C3%A3o_turistica. Acesso em: 23/06/2013.

Notas

- Este Caminho surgirá com a devida importância somente a partir do século XVIII, sendo utilizado pelas populações costeiras e pelos que desembarcavam nos portos marítimos desta região. Esta ligação inter-regional da via atlântica ganhou fulgor à custa do desenvolvimento dos portos de Vila do Conde, Esposende, Viana do Castelo e Caminha.
- Por norma, os folhetos são impressos numa só folha que depois é dobrada uma vez, ao meio, de modo a formar um díptico, ou duas vezes, formando um tríptico. No caso de possuir três ou mais dobras, toma a designação de políptico. Refira-se que, na variedade brasileira da língua portuguesa, é utilizado com muita frequência o estrangeirismo *folder* como termo equivalente a folheto.
- Em Vila do Conde, a festa do Corpo de Deus com majestosa procissão pelas principais ruas da cidade, ornamentadas com funcho e outros verdes, remonta pelo menos ao século XV. Mais especificamente, a tradição dos coloridos tapetes de flores naturais, com sugestivos motivos religiosos relacionados com o Corpo de Deus e com as tradições locais, cobrindo uma extensão de três quilómetros, é muito mais recente, remontando

apenas ao final do século XIX ou princípio do século XX (Piloto, 2013: 14).

- ³ A partir da segunda metade do século XIX, a praia de Vila do Conde torna-se a praia de eleição da aristocracia de Entre Douro e Minho para passar os meses de verão. As suas belezas naturais, os banhos de mar e de rio, a limpeza e conforto das habitações, a oferta hoteleira, o ar puro, os monumentos e a variedade de passatempos e diversões fizeram dela o ponto de encontro de várias famílias, de geração em geração. Não admira, pois, que o primeiro Casino, funcionando naturalmente como centro de distração e ocupação dos parentes e amigos das famílias fidalgas durante o período de férias, tenha sido criado em Vila do Conde. Instalado no Teatro Afonso Sanches em agosto de 1907, aí permaneceria durante nove anos, até que em julho de 1918 se abriam as portas do novo edifício no Jardim Júlio Graça. Não se sabe exatamente quando deixou de funcionar esta instituição. Sabe-se que o Casino vilacondense não encerrou imediatamente as suas portas após a inauguração do novo Casino da Póvoa de Varzim em 1934. Com efeito, em 1936 ainda há notícias da abertura do seu café, assim como do baile inaugural da *saison* (Miranda, 1998; Pereira, 2013).
- ⁴ São seus autores João Novais da Costa (1º Prémio) e Lúcio Fonseca Viana (3º Prémio).

Recibido: 22/08/2013
Reenviado: 23/11/2013
Aceptado: 10/12/2013
Sometido a evaluación por pares anónimos

Xerardo Pereiro Pérez

TURISMO CULTURAL

Uma visão antropológica

CADERNOS DE TURISMO 02



Mais informações sobre a obra em: cedtur@ismai.pt

Propuesta de matriz para evaluación de proyectos geoparques en América Latina, con base en Áreas Naturales Protegidas: Aplicación y Casos de Estudio

José Luis Sánchez-Cortez*

Universidad de Guayaquil (Ecuador)

María Concepción Arredondo-García Juana Claudia Leyva-
-Aguilera*** Guillermo Ávila-Serrano**** Carlos Figueroa-Beltrán*******

Universidad Autónoma de Baja California (México)

Josep Mata-Perelló*****

Universixdad Píolitécnicá de Catalunya (España)

Resumen: Los países latinoamericanos han desarrollado diversos sistemas nacionales de ANP, algunas de las cuales denotan singularidades geológicas en marcos locales y regionales, que pueden perfilarse dentro de una estrategia territorial amplia y holística basada en el patrimonio geológico. Dado el déficit regional de geoparques, se propone una matriz de indicadores para evaluación de proyectos de geoparques aplicable en ANP, con el propósito de valorar territorios potenciales. Para este estudio se estimaron once sitios en cuatro naciones de América Latina, aplicando dos matrices de evaluación: una global y una propuesta regional; con el fin de observar el comportamiento individual de cada zona y la distribución de las categorías con relación al conjunto de datos. Como principal resultado se muestra el menester de fortalecer los aspectos comunicativos y socioeconómicos necesarios para la generación de geoparques. El uso de esta metodología permitirá visualizar los mejores prospectos entre las áreas de estudio y crear una valoración estándar para futuras estimaciones.

Palabras claves: Geoparques, América Latina, ANP, Matriz de Indicadores, Red Mundial de Geoparques.

Proposal evaluation matrix for geopark projects in Latin America, based in Protected Areas: Case Studies and Applicatio

Abstract: Latin American countries have developed diverse national systems of NPA, some of which denote geological oddities in local and regional frameworks, which can be profiled in a comprehensive and holistic regional strategy based on geological heritage. Given the regional deficit of Geoparks, is propose a matrix of indicators for geoparks projects evaluation applicable in NPA is proposed, in order to evaluate potential territories. For this study eleven localities from four Latin American countries were estimated, using two matrices of evaluation: global and regional proposal, in order to observe the individual trend of each zone and the distribution of the categories with respect to the data set. The main result shows the need to strengthen communication and socio-economic aspects necessary for the generation of geoparks. The use of this methodology allowed us to visualize of the top prospects from the study areas and create a standard assessment for future estimates.

Keywords: Geoparks, Latin America, NPA, Matrix of Indicators, Global Geoparks Network.

* Universidad Autónoma de Baja California, Instituto de Investigaciones Oceanológicas. Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Naturales, México. E-mail: jossancor@gmail.com. Debe ir: Universidad Autónoma de Baja California, Instituto de Investigaciones Oceanológicas (México). Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Naturales (Ecuador). E-mail: jossancor@gmail.com ** Universidad Autónoma de Baja California. Docente e Investigador Titular, Facultad de Ciencias Marinas y Doctorado en Medio Ambiente y Desarrollo. Ensenada-México. E-mail: conchita@uabc.edu.mx ***Universidad Autónoma de Baja California. Docente de Facultad de Ciencias Ensenada, México. E-mail: cleyva@uabc.edu.mx; **** Universidad Autónoma de Baja California. Doctorado e Investigador Titular, Facultad de Ciencias Marinas, Instituto de Investigaciones Oceanológicas, Doctorado en Medio Ambiente y Desarrollo. Ensenada-México. E-mail: gavila@uabc.edu.mx; *****Universidad Autónoma de Baja California. Docente facultad de Ciencias Marinas. Ensenada – México. E-mail: carlosfigueroa@uabc.edu.mx *****Universixdad Píolitécnicá de Catalunya, Dpto. de Ingeniería Minera y Rexursos Naturales. E-mail: rocpetrus@gmail.com

1. Introducción

El manejo de los recursos naturales es un sistema dinámico, cambiante, y de continua transformación, que se hace complejo debido a las múltiples interacciones por parte de las instituciones tomadoras de decisiones, técnicos y/o cuerpos científicos, además de los usuarios, propietarios, o comunidades vinculadas directamente con los recursos (Funtowicz y De Marchi, 2000). Dada su complejidad, el uso de matrices e indicadores funge como un mecanismo que asiste la medición de parámetros, facilita la evaluación y el seguimiento del comportamiento de sistemas en diferentes marcos de referencia (Chirino, et al, 2008; Azuz-Adeath, et al, 2011). El uso de indicadores como parámetros versátiles, observables y medibles, ha sido validado y extendido, por organismos internacionales principalmente en aspectos sociales y a diferentes escalas, debido a la capacidad de sintetizar mediciones y de comunicación de procesos y resultados (OECD, 1993; Mondragón Pérez, 2002). Entre los usos de matrices con indicadores, resalta su empleo como instrumentos relevantes para la toma de decisiones y definición de políticas multisectoriales (Gudmundsson, 2003).

Dado el déficit de geoparques a nivel regional, este trabajo aprovecha las bondades de los indicadores para la evaluación comparativa de ANP, que permitan definir potenciales proyectos de geoparques en América Latina, basados en territorios con algún régimen de protección, fusionando indicadores ambientales con indicadores de evaluación y uso del patrimonio geológico (Cendrero, 1996; Barba, 1997; Jayakumar, y Ke, 2007). Cada indicador ha sido seleccionado a partir de una serie de matrices para evaluación de ANP, sitios de patrimonio geológico y recursos naturales en general, basados en una visión multicriterio

con miras a la sustentabilidad de un territorio. Los pesos de cada categoría en esta propuesta de matriz, fueron concedidas mediante un proceso de homologación por pares con la matriz utilizada por la Red Mundial de Geoparques (GGN) (Global Geopark Network, 2013).

Para este análisis se consideraron once áreas bajo régimen de protección, distribuidas en cuatro países de América Latina, cada una de las cuales fue sometida a la matriz de valoración de la GGN juntamente con una propuesta de matriz para evaluación de proyectos geoparques latinoamericanos. Los resultados de las valoraciones para cada área, permitieron visualizar los mejores prospectos. Se denotaron ciertas diferencias entre ambas matrices, atribuido a los orígenes globales y regionales de cada instrumento respectivamente. Existe el potencial geológico y de conservación en cada área, sin embargo otros componentes resultaron por debajo del promedio, como en el caso de los aspectos socioeconómicos. Las distribuciones de los grupos de datos generan tendencias negativas que podrán ser utilizadas como fuente de información para reforzar estrategias regionales que permitan fortalecer la generación de proyectos de geoparque en América Latina.

2. Metodología

2.1. Selección de Indicadores

Con el fin de obtener un marco de evaluación regional para países de Latinoamérica, en el que se valore las diferentes capacidades y/o potenciales de un ANP para ser considerada geoparque, sobre una bases de sustentabilidad como principio general de los geoparques (Mc Keever y Zouros, 2005), se realizó la selección de una base de indicadores de varias fuentes bibliográficas, siendo agrupados en

Tabla 1. Distribución de pesos para la propuesta de matriz, según cada categoría, de acuerdo a la matriz de evaluación de la Red Mundial de Geoparques (GGN).

Matriz de Evaluación Red Mundial de Geoparques (GGN)	Peso	Propuesta de Matriz para Evaluación de Proyectos Geoparques en América Latina	Peso
1. Geología y Paisaje. <i>1.1 Territorio</i> <i>1.2 Geoconservación</i> <i>1.3 Patrimonio Natural y Cultural</i>	35 5 20 10	1. Aspectos Naturales y de Conservación.	35
2. Estructuras de Gestión.	25	2. Estructura Institucional y Legal para Manejo.	25
3. Interpretación y Educación Ambiental.	15	3. Aspectos de Educación y Comunicación.	15
4. Geoturismo. 5. Desarrollo Económico Sustentable Regional.	15 10	4. Aspectos Socioeconómicos.	25

Tabla 2. Distribución de pesos para cada categoría en la propuesta de matriz de evaluación. Los pesos son otorgados de acuerdo a la matriz de evaluación de la Red Mundial de Geoparques (GGN).

Matriz de Evaluación Red Mundial de Geoparques (GGN)	Peso	Propuesta de Matriz para Evaluación de Proyectos Geoparques en América Latina	Peso
<i>1. Geología y Paisaje</i>	35	<i>1. Aspectos Naturales y de Conservación</i>	35
<i>1.1 Territorio</i> Lista de Geositios. Sitios de Interés y Zonas de Interpretación. Relación con otros Geoparques existentes. Geodiversidad.	5 20 30 30 20	<i>Geología y Geomorfología</i> Periodos Geológicos. Rasgos Geomorfológicos. Sitios de Interés Geológico. <i>Diversidad</i> Representatividad. Diversidad Biológica o Biodiversidad. Diversidad Geológica o Geodiversidad. Rareza. Espectacularidad de formas o belleza escénica.	25 8,33 8,33 8,34 25 5 5 5 5 5
<i>1.2 Geoconservación</i> Tipos de Geositios. Estrategias de Protección de Geositios. Prevención de Daños en Geositios. Mantenimiento ante el daño de las Infraestructuras.	20 30 30 20 20	<i>Conservación</i> Evaluación de la Conservación. Cumplimiento de los objetivos del territorio Proyecto de Geoparque. Resultados en la Conservación. Integridad ecológica.	25 6,25 6,25 6,25 6,25
<i>1.3 Patrimonio Natural y Cultural</i> Tipo de Declaratoria del Patrimonio Natural. Tipo de Declaratorio del Patrimonio Cultural. Promoción del Patrimonio Natural y Cultural.	10 30 30 40	<i>Patrimonio Natural</i> Asociación con elementos del Patrimonio Natural. Organización de Eventos de Observación e interpretación de la naturaleza en el territorio Proyecto de Geoparque.	25 12,5 12,5
Total (300 / 3):	100	Total:	100
<i>2. Estructuras de Gestión</i>	25	<i>2. Estructura Institucional y Legales para Manejo</i>	25
Organización de las estructuras de manejo. Plan Maestro. Componentes de Plan Maestro. Personal Científico Disponible.	10 4 4 14	<i>Manejo del Área</i> Plan de Manejo (herramienta de Manejo). Implementación del Plan de Manejo. Plan Operativo o Plan Maestro. Personal Científico Técnico. Personal para el manejo del área. Capacitación del personal. Monitoreos y Evaluaciones.	38 5,43 5,43 5,43 5,43 5,43 5,43 5,42
Plan de Marketing.	10	<i>Inversión y Financiamiento</i> Financiamientos Externos. Presupuesto y Financiamiento. Receptividad del sector privado.	10 3,33 3,33 3,34
Estrategias de Protección del Patrimonio Geológico y Desarrollo Sustentable.	8	<i>Control</i> Control y Vigilancia. Actos Ilícitos hacia el patrimonio. Mecanismo para Reporte de Actos Ilícitos. <i>Estatus Legal</i> Estatus legal o Categorías de Protección en el territorio Proyecto de Geoparque. Instrumentos legales y administrativos que establecen las regulaciones del territorio Geoparque. Categorías de Protección. <i>Régimen de Propiedad</i> Régimen de Propiedad del Lugar. Demarcaciones de Límites.	2,5 0,84 0,83 0,83 3 1 1 2,5 1,25 1,25
Grupos de Protección del Patrimonio Natural y Cultural.	4	<i>Vínculos Institucionales</i> Vínculos con Universidades para la investigación y manejo. Socios y Vínculos Institucionales. Convenios Institucionales. Vínculos con Organizaciones de Conservación. Programas de Voluntariados. Vínculos con Agencias y/o Empresas de Turismo.	4 0,67 0,67 0,67 0,66 0,66

Matriz de Evaluación Red Mundial de Geoparques (GGN)	Peso	Propuesta de Matriz para Evaluación de Proyectos Geoparques en América Latina	Peso
Premios, Condecoraciones y Reconocimientos.	10	<i>Evaluación de Servicios</i> Evaluaciones de la experiencia del visitante. Evaluación del Servicio en el territorio Proyecto Geoparque. Reconocimiento Local, Nacional e Internacional.	10 3,34 3,33 3,33
Infraestructuras.	30	<i>Equipo e Infraestructura</i> Equipos y Recursos Logísticos. Museo de Sitio. Estado de las infraestructuras para el servicio en el territorio Proyecto de Geoparque. Ubicación de Paneles de Información. Señalización y Rotulación. Centro de Interpretación. Infraestructura en el territorio Proyecto de Geoparque.	30 4,29 4,29 4,29 4,29 4,28 4,28 4,28
Total:	100	Total:	100
3. Interpretación y Educación Ambiental	15	3. Aspectos de Educación y Comunicación	15
Actividades de Investigación, Información y Educación Científica. Forma de Promover Visitas Escolares.	14 8	<i>Educativo, Científico, Didáctico y Divulgativo</i> Investigación científica en el territorio. Divulgación y características didácticas del territorio. Contenido Didáctico del territorio.	22 7,34 7,33 7,33
Programas de Educación Ambiental. Tipos de Materiales Educativos. Guías y Programas para Grupos Escolares. Programas de Educación Escolar en Página Web. Educación – Guías.	20 12 9 9 6	<i>Educación</i> Programas de Educación Ambiental. Acceso a la educación y Centros de Instrucción Escolar.	56 28 28
Tipo de Información Disponible del área. Tipo de Material para Promoción y Marketing. Idiomas disponibles del Material Promocional.	7 7 8	<i>Comunicación</i> Información disponible del territorio Proyecto de Geoparque. Programa de comunicación.	22 11 11
Total:	100	Total:	100
4. Geoturismo	15	4. Aspectos Socioeconómicos	15
5. Desarrollo Económico Sustentable Regional	10		
Centro de Información y Exhibición. Forma de Presentar Información en Centros de Información a Visitantes. Acceso Público y Facilidades. Información a los visitantes sobre Transporte Público. Tipos de Tours Guiados Ofertados. Otros Tipos de Información para Visitantes. Forma de Promoción de Actividades. Uso de Internet y Servicios que proporcionan. Rutas, Caminos y Accesos No Vehiculares. Infraestructuras para Desarrollo de Actividades Turísticas. Cuestionarios y Evaluaciones para Visitantes.	10 7 15 6 9 10 2 10 6 10 10	<i>Promoción y Accesos</i> Accesibilidad. Promoción y marketing del territorio Proyecto de Geoparque. Transporte al sitio. <i>Servicios</i> Empresas Turísticas Locales y/o Asociaciones Turísticas Locales. Servicios Turísticos de Hospedaje en el territorio Proyecto de Geoparque. Servicios Turísticos de Alimentación en el territorio Proyecto de Geoparque. Otros Servicios.	20 6,67 6,67 6,66 20 5 5 5 20 4 4
Comunicación de Logros en Geoturismo.	5	<i>Demanda Potencial y Actividades</i> Demanda Potencial inmediata. Visitantes. Actividades que se realizan de Ocio y/o Recreación. Opciones de Actividades turísticas en el territorio Proyecto de Geoparque. Cercanías a zonas recreativas.	4 4 4
Promoción de Servicios de Alimentación, Productos y Hotelería. Promoción de Productos Regionales. Promoción de Artesanía Regional. Promoción de Negocios Locales. Oferta de Servicios a Negocios Locales. Redes y Soportes.	20 20 15 10 15 20	<i>Ingresos Locales</i> Empleos y diversificación de ingresos. Ingresos económicos locales relacionados con la gestión del territorio Proyecto de Geoparque. Productos Locales.	40 13,34 13,33 13,33
Total (200/2):	100	Total:	100

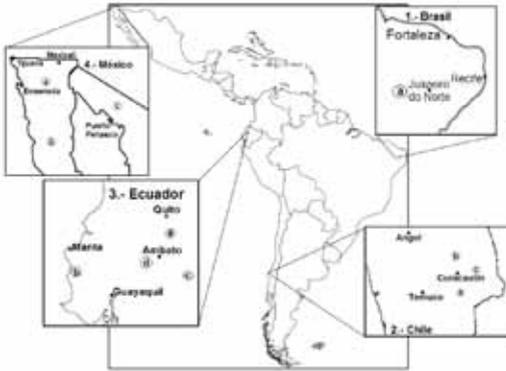


Figura 1. Ubicación de casos de estudio en América Latina: **1.- Brasil:** 1a) Brasil: Geoparque Araripe (7°14' S – 39°33' O). **2.- Chile:** 2a) Parque Nacional Conguillio, (38°40' S – 71°40' O); 2b) Parque Nacional Tolhuaca (38°13' S – 71°48' O); 2c) Reserva Nacional Malalcahuello (38°11' S – 71°21' O). **3.- Ecuador:** 3a) Parque Nacional Cotopaxi (0°37' S – 78°28' O); 3b) Parque Nacional Machalilla (1°31' S – 80°43' O); 3c) Parque Nacional Sangay (1°50' S – 78°20' O); 3d) Reserva Faunística Chimborazo (1°28' S – 78°49' O). **4.- México:** 4a) Parque Nacional Constitución de 1857 (32°00' N – 115°55' O); 4b) Parque Nacional San Pedro Mártir (30°54' N – 115°26' O); 4c) Reserva de la Biósfera El Pinacate (31°27' N – 112°59' O)

las siguientes categorías: *Ambientales* (Patrimonio Natural y Conservación), *Sociales* (Aspectos de Educación y Comunicación), *Económicos* (Aspectos Socioeconómico) e *Institucionales* (Estructura Institucional y Legal para Manejo). Dada la elección de una serie de elementos comunes, se torna menester la selección de indicadores mediante un proceso de priorización, en el cual se aplicaron los siguientes criterios para descartar opciones dentro del pre listado: *Valides científica (robustez), representatividad, medición, comprensión, confiabilidad, accesibilidad, especificidad y aplicabilidad.* Aplicando la metodología de Videla y Schroh (2000), se otorgaron valoraciones a cada indicador de acuerdo a los criterios de selección, aquellos indicadores con bajas puntuaciones, no se consideraron en la matriz posteriormente (Videla y Schroh, 2000). De 103 indicadores iniciales, fueron seleccionados un total de 70 para la construcción de la propuesta de matriz de evaluación.

2.2. Construcción de matriz mediante homologación con matriz Red Mundial de Geoparques (GGN)

Con la base de los indicadores seleccionados, se realizó una clasificación siguiendo el patrón de indicadores empleados por la Red Mundial de Geoparques (GGN) para la evaluación de candidatos a geoparques de la Red Mundial (Global Geopark Network, 2013). Con este propósito se establece

una secuencia homologada, partiendo desde los órdenes superiores denominados *categorías*, hasta los órdenes inferiores denominados *indicadores*. Las categorías reciben un peso similar con relación a su contraparte (Tabla 1). Cada uno de los indicadores propuestos para la matriz de evaluación posee un mínimo de tres y un máximo de cinco descriptores. Los indicadores son agrupados por temas, de acuerdo a los tópicos de la matriz GGN, y sus correspondientes pesos son otorgados conforme a los pesos correspondientes a la matriz GGN (Tablas 2 a 5).

2.3 Áreas Naturales Protegidas en América Latina: Casos de estudio

Para este análisis fueron considerados 11 territorios: Geoparque Araripe en Brasil; Parque Nacional Conguillio, Parque Nacional Tolhuaca y Reserva Nacional Malalcahuello en Chile; Parque Nacional Cotopaxi, Parque Nacional Machalilla, Parque Nacional Sangay y Reserva Faunística Chimborazo en Ecuador; y los Parques Nacionales Constitución de 1857 y San Pedro Mártir, junto con la Reserva de la Biósfera El Pinacate en México (figura 1). La selección de sitios obedece a criterios empíricos, basados en la predominancia e importancia de sus rasgos geológicos regionales, además de sus cercanías y facilidades logísticas para el inventario de la información.

2.4 Aplicación de matrices de evaluación.

Tanto la propuesta de matriz para evaluación de proyectos de geoparques en América Latina como la matriz de evaluación de GGN, fueron aplicadas en los territorios anteriormente mencionados. La información para el llenado de las matrices fue obtenida mediante una serie de cuestionarios aplicados a los administradores de las áreas. Las consultas del cuestionario corresponden a cada uno de los indicadores que conforman la propuesta de matriz. En paralelo, la matriz de evaluación GGN fue diligenciada por los autores, fungiendo el papel de evaluadores GGN, gracias a la información provista en los cuestionarios, complementada con observación directa y entrevistas abiertas aplicadas a los directivos de cada territorio, para la integración y triangulación de la información (Taylor Y Bogdan, 1986).

3. Resultados

En las 11 áreas seleccionadas se aplicaron las matrices con el objetivo de buscar información relacionada a temas vinculados con el

Tabla 3. Resultados de evaluaciones aplicando matriz de evaluación de la Red Mundial de Geoparques (GGN) y la propuesta de matriz de evaluación para proyectos de geoparques en América Latina. Los datos están representados por categorías, en porcentajes, y la sumatoria total de los pesos según cada categoría (Total de la evaluación).

Categorías	Peso	Geoparque																						
		Atarje	Conguillo	Nacional Tohuaca	Reserva Natural Matikahuello	Parque Nacional Cotopaxi	Parque Nacional Machallilla	Parque Nacional Singay	Reserva Faunística Chimbarazo	Parque Nacional Constitución de 1857	Parque Nacional San Pedro Mártir	Reserva de la Biosfera El Pinacate	%Cate.	Total	%Cate.	Total								
1. Geología y Paisaje	35	70.3	24.6	77.0	26.9	63.33	22.1	63	22.05	64.33	22.52	66.00	23.10	77.33	27.07	54.33	19.02	58.33	20.42	56.00	19.60	85.67	29.98	
2. Estructura de Gestión	25	79.5	19.8	68.5	17.1	37	9.25	51	12.75	61	15.25	74	18.50	61.5	15.38	64	16.00	59.5	14.88	79	19.75	84	21.00	
3. Interpretación y Educación Ambiental	15	69	10.3	52	7.80	37	5.85	44.5	6.68	35.5	5.33	42	6.30	42.5	6.38	24	3.60	40	6.00	52	7.80	61.5	9.23	
4. 5. Geoturismo y Desarrollo Económico Sostenible	25	69	17.2	41.25	10.3	34.25	8.56	41.75	10.44	50.5	12.63	51.75	12.94	38.75	9.69	50	12.50	27.75	6.94	42.25	10.56	52	13.00	
TOTAL		72.1	62.2	45.5	51.9	55.7	60.8	58.5	51.1	48.2	57.7	73.2	73.2	51.1	58.5	51.1	48.2	57.7	48.2	57.7	57.7	73.2	73.2	
1. Aspectos Naturales de Conservación	35	77.83	27.2	71.33	24.9	78.49	27.4	73.49	25.72	72.41	25.34	75.24	26.34	76.25	26.69	58.24	20.39	58.91	20.62	63.91	22.37	93.08	32.58	
2. Estructura Institucional y Legal para Manejo	25	84.13	21	81.01	20.2	54.93	13.7	60.57	15.14	65.90	16.48	73.23	18.31	63.79	15.95	59.32	14.83	68.46	17.12	73.41	18.35	97.05	24.26	
3. Aspectos de Educación y Comunicación	15	84.86	12.7	88.99	13.3	44.2	6.63	93.4	14.01	65.86	9.88	77.53	11.63	69.73	10.46	63.4	9.51	80	12.00	67.80	10.17	77.6	11.64	
4. Aspectos Socio-económicos	25	81.7	20.4	72.06	18.0	48.87	12.2	63.66	15.92	74.53	18.63	75.13	18.78	56.06	14.02	71.52	17.88	46.07	11.52	49.87	12.47	67.86	16.97	
TOTAL		81.4	76.5	60.0	70.8	70.3	75.1	67.1	62.6	61.2	63.4	61.2	63.4	67.1	62.6	61.2	63.4	61.2	63.4	61.2	63.4	63.4	85.4	85.4

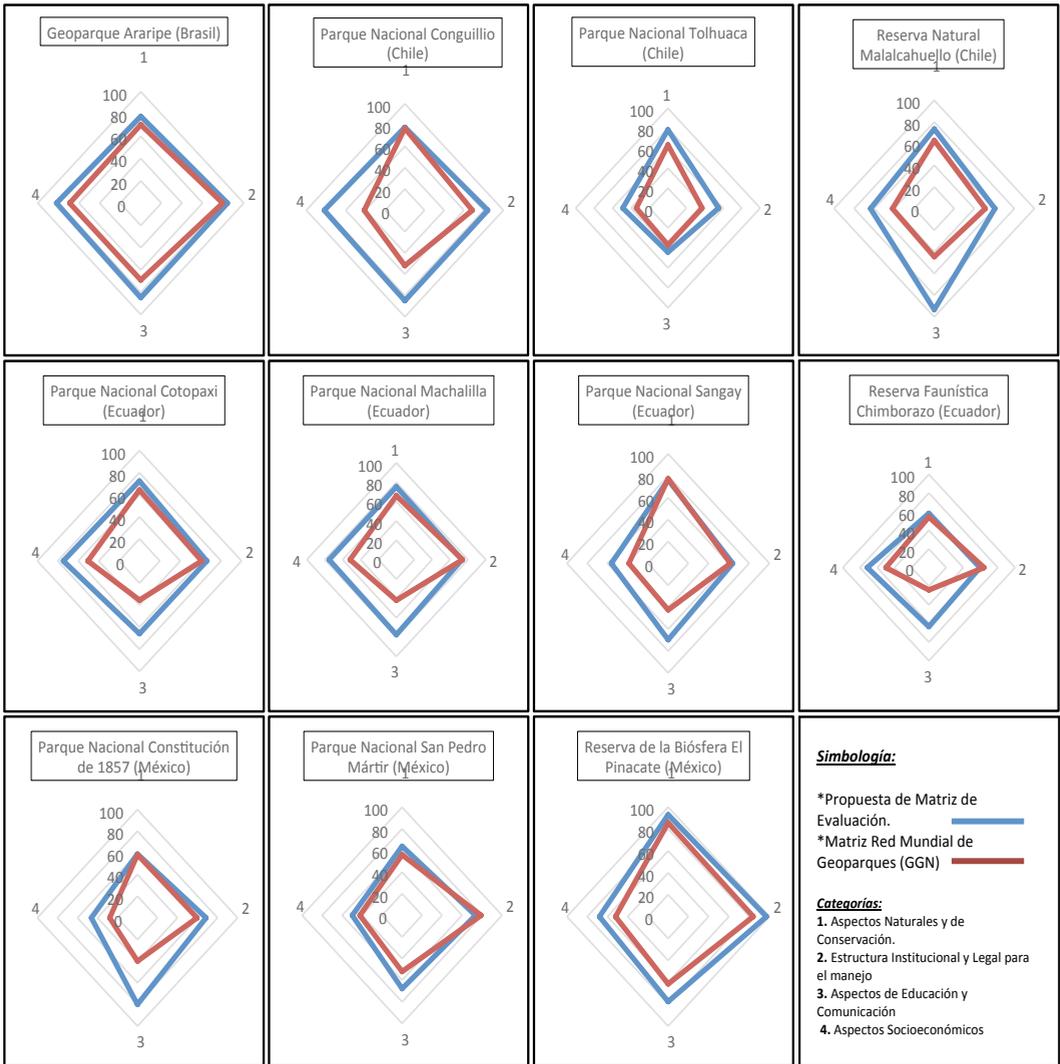


Figura 2. Representaciones para cada área en forma individual, en una gráfica comparecen ambas matrices de evaluación. Cada arista del rombo simbolizada las categorías sujetas a análisis en este trabajo. Nótese la separación pronunciada entre ambas matrices en la mayoría de las áreas.

manejo sustentable de cada área, con miras a evaluar su potencial individual como proyecto de geoparque. La aplicación de las matrices de evaluación GGN, buscan una comparación estándar entre los resultados arrojados por el Geoparque Araripe (Brasil), como único geoparque latinoamericano en la red mundial, y los demás casos de estudio (Tabla 3). Conjuntamente, una comparación entre los resultados de cada territorio empleando ambas matrices, nos permite analizar la certidumbre de usar una matriz con aplicación global, a una matriz

de aplicación regional que puede ser blanda, adaptativa y específica (Checkland, 2000).

En cada caso de estudio, nunca hubo una coincidencia en los resultados de las evaluaciones entre ambas matrices, es decir existe diferencia al aplicar uno y otro instrumento, lo cual es normal de cierta manera, aunque en algunos casos estas discrepancias fueron marcadas y notorias. En el caso del Geoparque Araripe y en un menor grado la Reserva de El Pinacate, las tasas coinciden ligeramente en las cuatro categorías de las matrices, lo cual se traduce en su alto potencial intrínseco para

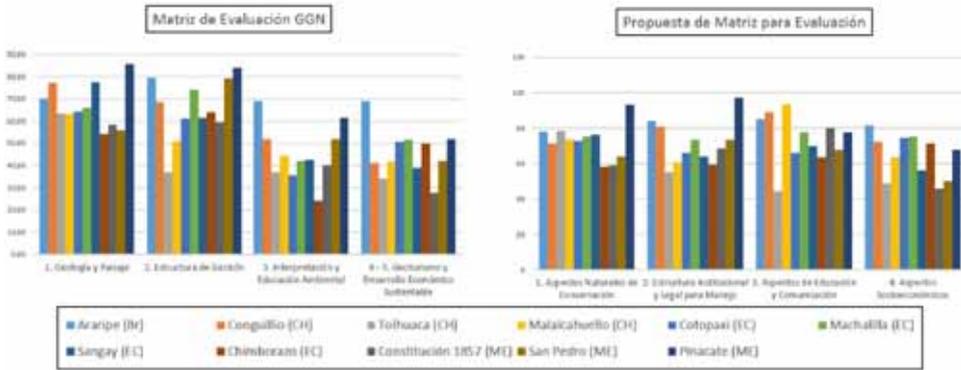


Figura 3. Gráficos que representan los grupos de sitios de estudio, evaluados por ambas matrices de valoración. Los grupos de datos están asociados por categorías.

ser catalogado como un viable geoparque o como un proyecto de geoparque, cualquier matriz que se emplee en ellos, arrojará los mismos resultados, dada sus peculiaridades. Las otras áreas tienen un promedio de dos categorías bajo concomitancia, principalmente en lo que respecta a los aspectos naturales y de conservación, debido a que son áreas naturales bajo régimen de protección (figura 2).

Los valores otorgados al aplicar la propuesta de matriz siempre estuvieron por encima de las valoraciones de la matriz GGN en todos los sitios, lo cual demuestra una situación de déficit en ciertas categorías, en un carácter de tipo regional, además se evidencia la diferencia de aplicar una matriz de valoración diseñada para una región y aplicar una matriz bajo delineación o diseño global.

Es evidente que en la mayoría de los casos de estudio, las valoraciones no son equilibradas para todas las categorías. Las distribuciones están orientadas hacia promedios más altos en una categoría,

con relación a la otra, salvo en los casos de Araripe, Machalilla y en menor porcentaje Cotopaxi, donde sí se avizora una proporción en las cuatro categorías de la propuesta de matriz de evaluación. Sin embargo, en el caso de matriz GGN, solo Araripe, logró esta concordancia entre categorías, dada su condición de geoparque global. Se perfilan, no como los mejores calificados de cada matriz, sin embargo su manejo es equitativo en cada componente que busca sustentabilidad.

Al realizar un análisis general sobre el acumulado de datos entre ambas matrices, es innegable el potencial natural, físico y de conservación de todas las áreas en cuestión, así como la existencia de estructuras sólidas para la gestión y manejo proporcionadas por sus condiciones como ANP (figura 3). Si bien los programas de educación ambiental y el desarrollo de investigación científica *in situ*, se han tornado indispensables en los planes de manejo de las ANP, no obstante las valoraciones se manifestaron de forma intermitente para este rubro, y es posible que exista la necesidad de fortalecer los planes educativos, modificar contenidos o incurrir en nuevas perspectivas, en la cual las geociencias pueden ser una alternativa viable.

En conjunto los contenidos relacionados con aspectos sociales (educación, comunicación y socioeconómicos) denotan menor tendencia en calificaciones (figura 3), y se presenta la necesidad latente de optimizar aquellas estrategias dirigidas hacia estos elementos, o caso contrario implementar las correspondientes variaciones. El componente social juega un papel estelar en el desarrollo de un proyecto geoparque, principalmente en lo concerniente a la educación en ciencias de la tierra y el fomento del progreso local (Mc Keever y Zouros, 2009) donde la problemática social trasciende al recurso natural (López, *et al*, 2008). El patrimonio geológico de importancia internacional, es utilizado

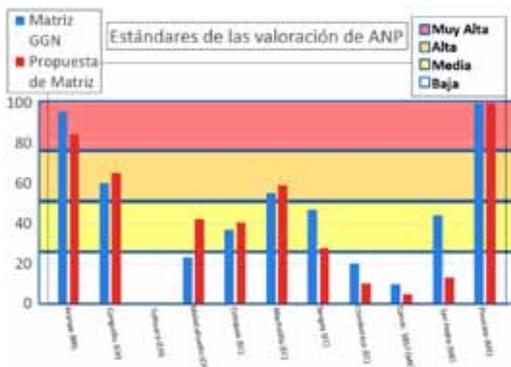


Figura 4. Resultados estandarizados de las valoraciones según cada ANP. Las columnas cuyos valores son cercanas a 100 (fondo rosa) se consideran con muy altas posibilidades como proyecto de geoparque, al contrario mientras se acerca a 0, su potencial disminuye (fondo blanco).

como un “pretexto” para buscar aprovechamiento sustentable y un desarrollo local intrínseco.

Los resultados totales obtenidos para cada área, evidencian diferentes rangos en las valoraciones. Emplear estos rangos permite realizar una estandarización de datos y visualizar los mejores prospectos para proyectos de geoparques (figura 4). Así, el área con mejor promedio fue la Reserva de la Biósfera El Pinacate (México), por encima del Geoparque Araripe (Brasil) que estuvo contiguo en calificación; por el contrario el Parque Nacional Tolhuaca (Chile) se ubicó con menores perspectivas.

4. Discusión

Los indicadores se han convertido en una especie de “asesor principal” para el análisis de componentes en la toma de decisiones, así mismo para la conveniencia, factibilidad y efectividad de medidas políticas. El uso de matrices puede transmitir mensajes de forma simplificada, comprensible dado lo complicado que resulta normalizar sistemas socio ambientales (Azuz-Adeath, *et al*, 2010). Además de evaluar, los indicadores también son capaces de disponer y comprimir información, reducen el volumen de datos acerca de definidas variables, para transformarlas de forma digerible, y dirigida hacia un determinado público (Videla y Schroh, 2000). El uso de indicadores es el principal método en la catalogación e inventario de sitios de interés geológico y en el manejo de geoparques (Barba, *et al.*, 1997).

América Latina atraviesa una década matizada por importantes iniciativas en pro del uso

del patrimonio geológico de forma sustentable y divulgación de las geociencias, con la expectativa de generar un impacto positivo en las comunidades, por medio de proyectos de geoparques (Sánchez y Arredondo-García, 2012; Mantesso-Neto, *et al.*, s/f), esta situación crea oportunidades y desafíos regionales para afrontar esta creciente tendencia. Las perspectivas para los geoparques latinoamericanos se orientan hacia una visión social del desarrollo territorial, donde las comunidades trasciendan sobre los recursos (López, *et al*, 2008; Sánchez, *et al*, 2013a). Precisamente, las nuevas propuestas de geoparques en la región, deben cumplir con elementos básicos fundamentales, que formen parte de una ficha descriptiva conducente a datos colectivos, culturales, sociales, comunitarios y participativos (Tabla 4).

Es evidente la diferencia al aplicar ambas matrices de evaluación, son contextos diferentes. Una matriz de valoración regional es diseñada bajo la perspectiva regional, y su influencia es directa y perfectamente adaptativa. Los geoparques buscan el aprovechamiento sustentable, y cada categoría expresa las bases conceptuales del desarrollo sustentable, un equilibrio en cada categoría ubica al territorio evaluado en un marco equilibrado concebido desde la sustentabilidad.

Sin embargo en esta estimación, los resultados no son muy alentadores en cuanto a los aspectos vinculados a los componentes sociales, aún la participación comunitaria se concibe como difusa en estos territorios (Sánchez, *et al*, 2013b). En paralelo, los casos del Geoparque Araripe, los Parques Nacionales de Cotopaxi y Machalilla y la Reserva El Pinacate, fomentan socioeconómicamente su

Tabla 4. Ficha descriptiva para evaluación de proyectos geoparques en América Latina, para justificar condicionantes sociales y culturales, de acuerdo a la visión latinoamericana.

<p><i>Valores Históricos – Culturales – Arqueológicos</i> *Valor Histórico *Asociación con otros elementos etnológico (tradiciones) *Condición de sitios históricos-culturales-arqueológicos *Organización de Eventos Culturales en el territorio Proyecto de Geoparque *Sitios culturales en los recorridos</p>	<p><i>Participación Comunitaria</i> *Participación de Organizaciones Comunitarias en la conservación del territorio Proyecto de Geoparque *Participación de la comunidad en actividades de colaboración ambiental Comunidad y Liderazgo *Participación comunitaria en el manejo y toma de decisiones *Participación del proyecto de Geoparque en actividades comunitarias *Participación de comunidad en resguardo comunitario</p>
<p><i>Percepción Comunitaria</i> *Percepción y valoración comunitaria de la conservación. *Nivel de satisfacción de la comunidad, con la gestión del territorio Proyecto de Geoparque.</p>	<p><i>Calidad de Vida</i> *Datos socioeconómicos de las poblaciones en el territorio Proyecto de Geoparque *Calidad de Vida *Porcentaje de personas con acceso a agua entubada *Porcentaje de personas con acceso a Energía</p>
<p><i>Conflictos</i> *Conflictos y Mecanismos de solución</p>	<p>Eléctrica</p>

territorio a través del uso de mercadotecnia social, con marcas comerciales y logotipos empleados para la comercialización de productos por parte de las comunidades, este factor en un proyecto de geoparque, se considera como un elemento de injerencia directa para mejorar la calidad de vida local. Sin embargo no suele ser una condición común en todas las ANP de este estudio, más bien se manifiestan distantes de este tipo de iniciativas, y se reflejan en los resultados obtenidos, no es claro si las ANP están siendo empleadas como una fuente de desarrollo comunitario, o existen inconsistencias en el proceso de empoderamiento social.

Conclusiones

Un papel importante atribuido a los indicadores es la proporción de apoyo para políticas, conectar datos, estadísticas e información a diversos niveles.

Los geoparques utilizan indicadores para determinar las características geológicas preponderantes en el territorio, así la GGN posee una matriz única para evaluar los proyectos de geoparque que desean formar parte de esta red mundial, que es adaptada por los evaluadores según el territorio considerado.

Al existir una matriz global, el planteamiento es proponer una matriz de referencia que pueda ser aplicada en futuras redes nacionales de geoparques para países latinoamericanos.

Una red nacional de geoparques, puede someter a esta evaluación aquellos territorios nacionales basados en ANP con un manifiesto potencial geológico, jurídico y social, para hacer un análisis prospectivo de sus mejores candidatos y así obtener una referencia numérica para afiliados.

Las calificaciones de una matriz, no determinarán la verdadera idoneidad de un proyecto geoparque, sin embargo las valoraciones otorgadas servirán como guía para ubicar el proyecto en un rango de aptitud positiva o negativa.

Los indicadores son medidas referentes para relacionar y ordenar información, que luego es procesada por los entes evaluadores. De hecho la inclusión a redes o grupos dentro de un orden institucional, la mayor cantidad de las veces pasa por decisiones políticas más que técnicas, y las fórmulas aritméticas pasan a un segundo plano.

Separadamente de la situación específica en cada nación, de acuerdo con los datos obtenidos, es indudable el contexto regional en mención al déficit de participación y comunicación por parte de las ANP hacia las comunidades, ya que incluso el conocimiento local forma parte del manejo de un geoparque. Es así que los administradores de cada geoparque tratan de mejorar el bienestar

económico de las comunidades a través de actividades innovadoras y empresas comunitarias que desarrollan productos y servicios locales, guardando una estrecha relación con las artes, oficios y el conocimiento nativo.

Existe cierta dificultad para impulsar, en algunos casos fortalecer, estrategias geoturísticas, sin embargo la consecución de ese pequeño eslabón, resultaría inmensamente significativa para la continuidad de los nuevos proyectos de geoparques latinoamericanos que buscan un sitio en la Red Mundial de Geoparques.

Agradecimientos

De manera muy especial a la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología de la República del Ecuador y al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de los Estados Unidos Mexicanos, por la confianza y apoyo económico que han permitido desarrollar este trabajo. A Titus Riedl, Idalecio de Freitas, Neuma Galvão y Flavia de Lima, Coordinadores del Geoparque Araripe, Brasil; Paulo Meier Souza y William Brito del Instituto Chico Mendes de Conservación de la Biodiversidad, Brasil; Manuel Schilling, encargado del proyecto Kütralcura, Chile; Iván Bolívar, Ricardo Crisóstomo, Mauricio Mora y Álvaro Marín de la Corporación Nacional Forestal, Chile. Isabel Endara, Sandra Miranda, Fernando Rubio, Miguel Acuña y Fernando Vera, del Ministerio del Ambiente, Ecuador; Gonzalo de León, Horacio Ortega, Federico Godínez y Santos Soto, de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas de México. Un agradecimiento especial a Guy Martini miembro del buró principal de la Red Mundial de Geoparques, por sus acertados comentarios y discusiones.

Bibliografía

- Azuz-Adeath, I., Espejel, I., Rivera-Arriaga, E., Ferman, J.L., Seinger, G.
2010 "Referentes internacionales sobre indicadores e índices. Historia y estado del arte". En E. Rivera-Arriaga, Azuz-Adeath, I., Alpuche-Gual, L., Villalobos-Zapata, G. (Eds.), *Cambio Climático en México: un Enfoque Costero y Marino* (pp. 845-857). Campeche: Universidad Autónoma de Campeche, CETYS-Universidad, Gobierno del Estado de Campeche.
- Barba, F. J., Remondo, J., Rivas, V.
1997 "Propuesta de un procedimiento para armonizar la valoración de elementos del Patrimonio Geológico". *Zubía, Monográfico*. 15: 11-20.

- Cendrero, A.
1996 "El patrimonio geológico. Ideas para su protección, conservación y utilización". En *El Patrimonio Geológico. Bases para su valoración, protección, conservación y utilización* (pp. 17-38). Madrid: Ministerio de Obras Públicas Transportes y Medio Ambiente.
- Checkland, P.
2000 "Soft Systems Methodology: A Thirty Year Retrospective". *Systems Research and Behavioral Science*. 17: S11-S58.
- Chirino, E., Abad, J., Bellot, J.
2008 "Uso de indicadores de Presión-Estado-Respuesta en el diagnóstico de la comarca de la Marina Baixa, SE, España". *Ecosistemas*, 17(1): 107-114.
- Farsani, N. T., Coelho, C., Costa, C.
2010 "Geotourism and Geoparks as Novel Strategies for Socio-economic Development in Rural Areas". *International Journal of Tourism Research*. 13: 68-81.
- Funtowicz, S., De Marchi, B.
2000 "Ciencia Posnormal, complejidad reflexiva y sustentabilidad" En E. Leff (Coord.). *La complejidad ambiental* (pp. 54-84), México.
- Global Geopark Network (GGN)
2013 "Global Network of National Geoparks". [<http://www.globalgeopark.org/>: Fecha de consulta: 10 de Junio de 2013].
- Gudmundsson, H.
2003 "The Policy Use of Environmental Indicators - Learning from Evaluation Research". *The Journal of Transdisciplinary Environmental Studies*, 2(2): 1-12.
- Hammond, A., Adriaanse, A., Rodenburg, E., Bryant, D., Woodward, R.
1995 *Environmental Indicators: A Systematic Approach to Measuring and Reporting on Environmental Policy Performance in the Context of Sustainable Development*. World Resources Institute. Washington, D.C.
- Jayakumar, R., Ke, L.
2007 "Geo-indicators in Sustainable Management of Geoparks". [<http://www.globalgeopark.org/Articles/6308.htm>: Fecha de consulta: 20 de Febrero de 2013].
- López, R., Salazar, J., Hurtado, F.
2008 "Los geoparques y su apoyo al desarrollo endógeno. Una visión desde Venezuela". En Carvalho, C., Rodrigues, J., Jacinto, A. (Eds.) *Geoturismo e Desenvolvimento Local* (pp. 109-117). Idanha a Nova, Portugal.
- Mantesso-Neto, V., Mansur, K., López, R., Schilling, M., Ramos, V.
s.f. "Geoparques en Latinoamérica" [http://www.sugeologia.org/documentos/ACTAS%20VI%20CONGRESO%20URUGUAYO/trabajos/105_Mantesso-Neto_Virginio.pdf: Fecha de consulta: 20 de Febrero de 2013]
- Mc Keever, P., Zouros, N.
2005 "Geoparks: Celebrating Earth heritage, sustaining local communities". *Episodes*, 28: 274-278.
- Mc Keever, P., Zouros, N.
2009 "The Global Network of National Geoparks". East Asia Geoparks Conference, the East Asia Geopark Vision: 2009. Taipei, Taiwan.
- Mondragón Pérez, A.
2002 "¿Que son los indicadores?". *Notas. Revista de información y análisis*, 19(Cultura, Estadística y Geografía): 52-58.
- OCDE.
1993 "OECD CORE SET OF INDICATORS FOR ENVIRONMENTAL PERFORMANCE REVIEWS. A synthesis report by the Group on the State of the Environment". Organization for Economic Co-operation and Development. Paris.
- Sánchez, J.L.
2011 "Geoconservación y Geoparques en el contexto global: Una visión holística para América Latina y El Caribe". 2do Congreso Nacional de Geoturismo. Fundación Geoparques de Venezuela. San Felipe, Yaracuy, Venezuela.
- Sánchez, J. L.
2011a "Geoparques y Áreas Naturales Protegidas: Una visión desde la conservación, identidad y participación social". *Investigación ambiental. Ciencia y política pública*. 3: 44-51.
- Sánchez, J. L., Arredondo-García, M.
2012 "Sudamérica: Proyectos e iniciativas con miras hacia la creación de la Red Latinoamericana de Geoparques". VIII Reunión Nacional de Geomorfología, Guadalupe, México.
- Sánchez, J. L., Arredondo-García, M. C., Leyva-Aguilera, C., Ávila-Serrano, G., Figueroa-Beltrán, C., Mata Perelló, J. M.
2013a "Determinación del patrimonio geológico, cultural e histórico en la creación de geoparques como instrumento de conservación y desarrollo local". *De Re Metallica*. 20: 47-54.
- Sánchez, J. L., Arredondo-García, M. C., Leyva-Aguilera, C., Ávila-Serrano, G., Figueroa-Beltrán, C., Mata-Perelló, J. M.
2013b "Participación comunitaria y percepción social: Un futuro para las Áreas Protegidas y Proyectos de Geoparques en Latinoamérica". Ensenada, México. Universidad Autónoma de Baja California. (Trabajo no publicado).
- Taylor, S. J y Bogdan, R.
1986 "Introducción a los métodos cualitativos. La búsqueda de significados". Editorial Paidós. 1era Edición. Barcelona.

Videla, M., Schroh, S.

2000 “Desarrollo y Uso de Indicadores Ambientales para la Planificación y Toma de Decisiones (Argentina)” [<http://habitat.aq.upm.es/dubai/00/bp757.html>: Fecha de Consulta: 15 de Marzo de 2012].

Recibido: 08/07/2013
Reenviado: 11/11/2013
Aceptado: 13/01/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

El círculo vicioso del turismo residencial: análisis de los factores locales del boom inmobiliario español

Hugo García Andreu*

Universidad de Alicante (España)

Resumen: Entre 1996 y 2006 España experimenta un boom inmobiliario sin precedentes que ha afectado principalmente a los municipios de litoral. Este proceso de intensa producción inmobiliaria ha estado sostenido sobre una igualmente intensa demanda internacional. Sin embargo, pasar de puntillas por el papel que han jugado las dinámicas e intereses locales en este proceso supone entender que los destinos han tenido un papel menos activo del que realmente han tenido. Desde una perspectiva relacional, el presente artículo destaca el papel que han jugado determinados factores locales en el proceso. Para ello, analiza de qué forma han interactuado y se han retroalimentado positivamente factores como los elevados beneficios empresariales de la construcción, la descapitalización de sectores económicos tradicionales, la corrupción urbanística, la estacionalidad turística, el subregistro poblacional, la financiación de las administraciones locales y el escaso peso de las actividades vinculadas más directamente al turismo.

Palabras clave: segundas residencias, retroalimentación, estructura, interacción, perspectiva local.

The vicious cycle of residential tourism: analysis of local factors of Spanish property boom

Abstract:: Between 1996 and 2006, Spain experienced an unprecedented real estate boom that mainly affected the coastal localities. Research has mainly focused so far on analyzing the causes that fueled such a high demand for housing. This article aims at highlighting the role tourist destinations have played in the said housing boom from both a comparative and a local perspective. The paper analyzes the systemic interaction of factors such as the realtors' high margins of profit, the decapitalization of traditional economic sectors, the corruption of the municipal officers, the tourist seasonality, the population undercount, the local governments funding mechanisms and the scarce weight of the activities most directly related to tourism.

Key words: second homes, feedback, structure, interaction, local perspective.

1. Introducción

En España, a partir de los años cincuenta del siglo XX el despegue económico de buena parte de los municipios de litoral se sustenta en el turismo y la construcción de viviendas. La conexión entre ambas actividades es tan marcada que ya en la década de los setenta Gaviria (1974: 275) señalaba la conveniencia de establecer de forma clara “los ingresos provenientes de la industria turística y los ingresos procedentes de la industria de la urbanización y de la construcción en zonas turísticas”. Así, no

resulta extraño que, excepto contadas excepciones, la vivienda, ofertada casi en su totalidad por sus promotores en régimen de propiedad, constituya el tipo de alojamiento turístico más importante de la mayor parte de destinos de sol y playa (Monreal, 2001; Raya, 2001; Juan et al., 2003; Riera y Mateu, 2007; Obiol y Pitarch, 2011). Esta tendencia iniciada a mediados del siglo pasado ha alcanzado un ritmo e intensidad vertiginosos durante el último ciclo de hiperproducción inmobiliaria (1996-2006) acaecido en el litoral mediterráneo español (Gaja i Díaz, 2008). Este boom inmobiliario ha estado

* Profesor Ayudante Doctor en el Departamento de Sociología 1 de la Universidad de Alicante, España. E-mail: hugo.andreu@ua.es

sostenido por una fuerte demanda interna y externa que buscaba, principalmente, tanto una segunda residencia de uso turístico como una inversión económica (Fernández Durán, 2006: 27). A su vez, esta demanda turística e inversora se explica por la concurrencia de una serie de circunstancias tanto de ámbito nacional como internacional tales como la incorporación de España al euro, el crecimiento de su economía, la reforma de la Ley del Suelo de ámbito estatal aprobada en 1998, el atractivo y consolidación de España como destino turístico internacional de primer orden, el interés del capital financiero por los activos inmobiliarios, la bajada de los tipos de interés del dinero y las elevadas tasas de revalorización de la inversión inmobiliaria (Fernández Durán, 2006). No obstante, una explicación del ciclo de hiperproducción inmobiliaria en clave de demanda queda incompleta al presentar a los destinos turísticos como sujetos pasivos que simplemente aprovechan una coyuntura favorable. Esta explicación soslaya dos cuestiones fundamentales que se encuentran conectadas. Primero, se pasa por alto el papel inductor que sobre la demanda tienen los agentes y el sistema turístico-inmobiliario al generar expectativas sobre el producto ofertado afianzando así un determinado tipo de destino (Santana, 2006). En otras palabras, la demanda, esto es, la posibilidad de adquirir una segunda residencia con fines turísticos o inversores en el litoral español, ha ido construyéndose desde los propios destinos durante más de 50 años. Segundo, una explicación en clave de demanda también soslaya las dinámicas locales que subyacen y condicionan el propio proceso de producción de suelo y viviendas. En esta línea, en el presente artículo se expone la idea de que en los destinos turísticos consolidados de litoral la evolución acumulativa de la función residencial ha generado una dinámica perversa o círculo vicioso que cada vez hacía más dependiente la economía local de la promoción inmobiliaria aumentando con ello su vulnerabilidad. De ahí, que la caída de la demanda y el subsiguiente descenso de la actividad constructora hayan agravado en estas localidades las consecuencias negativas de la crisis internacional¹ (Tomás Carpi, 2010; Boira, 2012). En este círculo vicioso han intervenido los siguientes factores que se desarrollan a lo largo del artículo: el atractivo de los elevados beneficios empresariales del sector inmobiliario, la descapitalización de sectores económicos tradicionales, la corrupción urbanística, la estacionalidad turística, el subregistro poblacional, la financiación de las administraciones locales, el escaso desarrollo de la oferta complementaria y el perfil de gasto de la demanda². La interacción de estos factores crearon un entorno o estructura socioeconómica local que justificaba la apuesta por la promoción inmobiliaria

al presentarla como necesaria, lo que a su vez alimentaba el círculo vicioso. De este modo, el presente artículo pretende contribuir desde la perspectiva local a la comprensión de las causas del ciclo de hiperproducción inmobiliaria (1996 a 2006). Comprender estas dinámicas locales o círculos viciosos resulta imprescindible si se quieren tomar medidas eficaces que reduzcan la vulnerabilidad de la mayor parte de los destinos turísticos de litoral. Aunque buena parte de los datos e investigaciones aluden a la Comunidad Valenciana, en donde la promoción inmobiliaria ha sido más intensa, el argumento del círculo vicioso puede ser aplicado a otros destinos del litoral español. Resulta necesario dejar claro de antemano que dichos factores presentan un elevado grado de interconexión, y que, por tanto, su tratamiento independiente y textualmente lineal (uno tras otro) como elementos individuales resulta artificial.

2. El círculo vicioso del turismo residencial

2.1. El atractivo de los elevados beneficios empresariales del sector inmobiliario

Es de sobra conocido el aumento tan espectacular que de forma generalizada experimentó el precio de la vivienda durante el ciclo de hiperproducción inmobiliaria. De 1996 a 2006 el precio medio del metro cuadrado de vivienda libre en España aumentó un 280% pasando de 692€ a 1.944€ (Ministerio de Fomento). En las zonas de marcada función turística el aumento se situó por encima de la media. En la provincia de Alicante el incremento fue del 344% situándose por encima de provincias como la de Barcelona (302%). Si bien el espectacular incremento de los precios es innegable, sobre las causas del mismo no existe consenso. Para Jesualdo Ros, Secretario General de la Asociación de Promotores de la Provincia de Alicante, los costes del sector (precio del suelo, mano de obra, materiales y fiscalidad) han crecido porcentualmente muy por encima de lo que ha aumentado el precio final de la vivienda (Ros, 2003: 84). Sin embargo, en el mismo artículo, el autor reconoce que en un anónimo municipio del litoral alicantino el precio del metro cuadrado de las viviendas de primera línea experimentó aumentos del 20% anual durante tres años (lo que duró la comercialización del producto) (Ros, 2003: 83). Resulta fácil concluir que en este caso los costes difícilmente pudieron aumentar por encima del precio final de las viviendas. Independientemente de este caso concreto, Jesualdo Ros, en defensa del empresariado que representa, trata de trasladar la responsabilidad del aumento tan notable del precio de la vivienda al incremento de los costes (principalmente del suelo) desviando así la atención del apartado de los

beneficios empresariales. Jesualdo no añade nada nuevo. Su discurso utiliza un argumento recurrente en la justificación de las distintas políticas de vivienda españolas desde los años sesenta (Taltavull, 2003) según el cual los propietarios de suelo y los trámites administrativos estrangulan la oferta de suelo aumentando su costo y consecuentemente el de las viviendas. Sin embargo, las actuaciones orientadas a aumentar la disponibilidad de suelo (Ley estatal del suelo de 1998 y normativas autonómicas desarrolladas a partir de la década de los noventa) han fallado estrepitosamente en su intento de reducir el precio de las viviendas. Para explicar este hecho algunos investigadores apuntan de forma especial a la gestión monopolista del mercado de suelo (Herce et al., 2005; AFI, 2004). Partiendo de que este mercado es inherentemente monopolista debido a características como su localización, el hecho diferencial es que la entrada en el mercado de suelo de empresas del sector inmobiliario ha convertido una situación de monopolio competitivo en una de monopolio puro. Así, se ha pasado de un mercado en el que la propiedad del suelo estaba muy repartida y resultaba complicado pactar el volumen de suelo ofertado, su precio y negociar su recalificación con la administración, a otra en la que pocas empresas acaparan importantes bolsas de suelo con el objetivo de participar de las importantes plusvalías que resultan de su recalificación. Una consecuencia lógica de este monopolio puro que describen los autores es que el suelo saldrá al mercado según los intereses de sus propietarios que además son promotores inmobiliarios. De este modo, los promotores no solo participan de los beneficios económicos de la venta de viviendas sino también, y especialmente, de la recalificación de terrenos. En esta línea también se han realizado declaraciones desde instituciones internacionales. En palabras del Relator Especial de la ONU para la vivienda Miloon Kothari³ la elevada concentración de la promoción de viviendas en pocos actores conlleva que los beneficios de este sector hayan sido “astronómicos”⁴. De hecho, estos márgenes de beneficio que señala Kothari explicarían en mayor medida que lo señalado por Ros la entrada en el negocio de fondos de inversión⁵ y el desvío hacia el negocio inmobiliario de los beneficios generados en otras actividades económicas desarrolladas en las propias localidades turísticas y en su entorno (descapitalización).

2.2. La descapitalización de sectores económicos tradicionales

El atractivo empresarial de la actividad inmobiliaria en las zonas de costa ha tenido consecuencias perniciosas para la economía de las regiones turísticas. Tomando como ejemplo la

Comunidad Valenciana, observamos que el peso de la industria en el PIB regional ha disminuido doce puntos en diez años situándose en 2008 en un 14% (IVE). Aunque el descenso de la industria coincide con el boom inmobiliario, seguramente no toda la responsabilidad de este fuerte descenso es achacable al vuelco de la economía valenciana hacia la construcción. No obstante, sí que coinciden reconocidas fuentes en destacar su relevante papel. Para el reconocido economista valenciano Juan Antonio Tomás Carpi (2010: 31) los “extraordinarios resultados económicos [de la actividad inmobiliaria y constructora] atraían la capacidad empresarial y profesional y los recursos financieros, al tiempo que deslumbraban a políticos”. A esta tesis se suma la Asociación Valenciana de Empresarios al señalar en un informe de 2009, ya en plena crisis, que “el crecimiento de los últimos años no sólo ha sido desequilibrado y poco sostenible en el tiempo, sino que ha generado una euforia desmedida y deslumbrado a empresarios y responsables públicos, desviando la atención empresarial y pública hacia la promoción inmobiliaria y la construcción” (AVE, 2009: 20). Pero este hecho no era desconocido hasta la irrupción de esta última crisis. En pleno boom inmobiliario, el director del Instituto Valenciano de Finanzas, Enrique Pérez Boada, reconocía en una entrevista que además de la competencia china el sector del calzado se encontraba en crisis debido a que “algunos empresarios han visto que era más rentable apostar recursos en la construcción antes que en sus propias empresas”⁶. La entrada de inversiones al negocio inmobiliario proveniente de otros sectores económicos o de préstamos de las propias entidades financieras ha tirado de los precios al alza lo que ha hecho más atractiva la entrada de nuevas inversiones. Este proceso de retroalimentación ha tenido como consecuencia un aumento del peso relativo del sector inmobiliario en el tejido económico local y regional⁷. En este contexto, resulta más fácil legitimar en base al interés público los respaldos y ayudas institucionales al sector, contribuyendo de este modo en los procesos de generación de la oferta⁸. Si bien la pérdida de diversidad y fortaleza del tejido productivo valenciano se ha acelerado durante este último boom inmobiliario, el proceso no es nuevo. Ya en la década de los ochenta buena parte de la industria del calzado del Vinalopó (Alicante) se descapitalizó debido a las inversiones realizadas en la construcción de urbanizaciones en el litoral (Vera, 1992). Pero además de la descapitalización de sectores económicos tradicionales, la inversión patrimonial en viviendas supone la existencia y acumulación de capital a partir de ese momento inactivo. Esta inmovilidad implica un elevado coste de oportunidad con respecto a la productividad de

los recursos empleados hacia el desarrollo de otras actividades económicas más dinámicas y productivas en el marco de las nuevas oportunidades ligadas a la innovación, la mejora de la calidad y de la competitividad (OSE, 2006).

El atractivo económico del sector inmobiliario ha convertido el territorio de los destinos de litoral en un recurso muy valorado cuya gestión ha recaído fundamentalmente en los Ayuntamientos. Con las enormes plusvalías generadas en la producción de suelo urbanizable se ha comprado en muchas ocasiones la voluntad de políticos que han renegado de su función pública en favor de sus propios intereses. A cambio los políticos han agilizado los procesos de producción inmobiliaria incentivando la presentación de nuevos proyectos urbanísticos.

2.3. La corrupción urbanística

Bastantes años después de que Jurdao (1979) advirtiese de la práctica habitual de la corrupción urbanística en el municipio de Mijas, se siguen produciendo actos ilícitos y alejados del interés público en numerosas actuaciones urbanísticas ligadas al turismo⁹. En 2006 la ONG Transparencia Internacional (2006: 4) advertía de que el ejercicio de las competencias urbanísticas de calificación de suelo llevadas a cabo por las administraciones locales, sobre todo en las situadas en la costa o en las inmediaciones de las grandes ciudades, era el origen de los mayores casos de corrupción en España. Recalificar suelo no urbanizable a urbanizable es una competencia que recae en manos de las corporaciones locales y que implica un importantísimo aumento del valor económico del territorio convertido en ese acto administrativo en suelo. Según fuentes conocedoras del sector, son estas plusvalías tan elevadas las que estimulan la corrupción urbanística. Es el caso de lo señalado en 2005 por el entonces presidente del Observatorio de la Vivienda, Antonio Garrigues, para quien “el mercado inmobiliario mueve tal cantidad de dinero que se genera corrupción”¹⁰. Esta explicación de la corrupción parece apuntar como causa fundamental de la misma a la avaricia de determinados actores que participan del proceso inmobiliario. Pero para el argumento central del artículo, más importante que el estímulo inmobiliario que resulta de la búsqueda de provecho particular y de la aplicación espuria de la normativa urbanística son las propias leyes de ámbito autonómico que han amparado y facilitado de forma sistemática este tipo de corrupción. Entre estas normativas, que supuestamente nacen con la intención de agilizar la transformación de suelo y contribuir con ello al descenso del precio de la vivienda (Herce et al., 2005), destaca por ser la primera y por tener un enorme impacto

mediático a nivel europeo la Ley Reguladora de la Actividad Urbanística (LRAU) de la Comunidad Valenciana. En ella se permite por primera vez que un agente privado gestione el desarrollo de un plan urbanístico. Para ello no es necesario que sea propietario de todo o parte del suelo a urbanizar y cuenta con prerrogativas públicas asignadas por la Administración. No obstante la amplia capacidad de acción urbanística del agente urbanizador, algunos autores (Fernández, 2005) han demostrado mediante análisis comparativos regionales que por sí misma esta figura urbanística, y en general la normativa urbanística regional, no tiene un papel tan decisivo en la producción inmobiliaria. Más bien su contribución fundamental pasa por establecer un marco legal en el que queda más margen para la corrupción y para la búsqueda del interés particular. A este respecto cabe señalar que durante el periodo de vigencia de la LRAU (de 1994 a 2005) de forma injustificada no se llevó a cabo su desarrollo reglamentario. Esta vaguedad en las formas, sustentada en el contexto ideológico del “todo urbanizable” y de deslegitimación del planeamiento (Burriel de Orueta, 2008), permitió una enorme discrecionalidad en las decisiones tomadas en el ámbito local lo que constituye la base principal de las duras críticas vertidas por el Parlamento Europeo en unas de sus resoluciones (Fourtou, 2005). En dicha resolución el parlamento señala:

“que los principales problemas que surgen de la aplicación de la LRAU hacen referencia al cometido del agente urbanizador, a los medios inadecuados de determinación y publicación de los contratos que son objeto de adjudicación, a la notificación insuficiente a los propietarios de los terrenos y a la falta de definiciones claras de los conceptos de “interés público” y “compensación pertinente” (2005: 5).

A pesar de la dura crítica emitida desde el organismo europeo, los principios de esta Ley, con algunas modificaciones, fueron adoptados en otras regiones (Informe del Defensor del Pueblo, 2005). En otros casos, como en la Costa del Sol, se recurrió fundamentalmente a los convenios urbanísticos entre promotores y ayuntamientos que reportaban dudosos beneficios al municipio y evidentes beneficios a los empresarios mediante la recalificación de suelo (Díez Ripollés et al., 2003). Pero además, señala este mismo estudio, la corrupción urbanística también actúa al permitir que no se apliquen las demoliciones en los casos legalmente previstos, que las multas no sean disuasorias de la acción ilegal y/o que no se construyan las viviendas de protección oficial que marca la

ley. Tiempo después, las investigaciones judiciales han dado respaldo a las sospechas fundadas y denunciadas por los investigadores, abriendo uno de los casos de corrupción urbanística más importantes de España, el caso Malaya, cuya red de implicados no se circunscribía a la capital malagueña, y en donde el urbanismo creció y se implantó según los intereses privados. Al margen de los casos más mediáticos, la corrupción urbanística parece estar más extendida de lo que parece. En el informe sobre el estado de las costas españolas elaborado por Greenpeace en 2006 se ofrece una exposición exhaustiva de los numerosos proyectos urbanísticos que han sido investigados o paralizados por la justicia o por la presión popular al no ajustarse a la normativa medioambiental o urbanística, por corrupción o falta de transparencia en la adjudicación de contratos. Asimismo, el Defensor del Pueblo denunció en su informe de 2002 que los municipios infringían la legalidad llevando a cabo alteraciones del planeamiento que constituían auténticas revisiones sin la más mínima observancia de los requisitos legales procedentes, lo cual constituye una “práctica a todas luces fraudulenta” (Informe Defensor del Pueblo, 2002: 288).

En definitiva, la gran cantidad de casos de corrupción urbanística que salpican el litoral español constituye una evidencia más (quizá solo la punta del iceberg) del impulso que desde el ámbito local y regional se ha proporcionado al proceso de producción turístico-inmobiliario. La laxa normativa urbanística y la consecuente discrecionalidad con la que han contado políticos y técnicos locales ha sido utilizada para “agilizar” la aprobación y ejecución de determinados proyectos urbanísticos cuyo efecto demostración animaba a otros emprendedores. Además, y como vamos a comprobar a continuación, la oferta turístico-inmobiliaria producida contribuye a potenciar uno de los problemas más importantes de los municipios turístico-residenciales, a saber, la estacionalidad en la afluencia de turistas.

2.4. Estacionalidad en la afluencia de turistas

Desde el comienzo del turismo de masas la afluencia de los turistas se ha concentrado mayoritariamente en los meses de verano. Siguiendo el estudio de Ivars y Juan (1998) son varias las consecuencias que experimentan los destinos ante la estacionalidad en la afluencia de turistas. Primero. La estacionalidad provoca problemas de inestabilidad laboral¹¹, que, a su vez, redundan en una falta de profesionalización y de dificultad de formación de los recursos humanos del sector. Segundo, las variaciones tan fuertes en la actividad empresarial provocan desequilibrios

entre la estructura de ingresos y costes lo que revierte en una escasa reinversión en activos empresariales ante la imposibilidad de sostener los beneficios durante todo el año, e, incluso, en el cierre de algunos negocios, lo que disminuye la actividad económica del municipio. En tercer y último lugar, la estacionalidad en la afluencia de turistas genera una considerable congestión espacio-temporal de las infraestructuras y de los servicios públicos y privados, entre ellos, viarios, aparcamientos públicos, servicios sanitarios, playas, etc. Dar una solución técnica a estos problemas de saturación resulta difícil ya que dimensionar las infraestructuras en función del volumen máximo de población (verano) conllevaría un escaso aprovechamiento de las inversiones el resto del año en un contexto de debilidad presupuestaria local. Además, la estacionalidad turística presenta una estrecha relación con otro de los elementos abordados, la oferta complementaria. En concreto, ambos elementos se refuerzan mutuamente. Por un lado, la existencia de estacionalidad turística dificulta el desarrollo de oferta complementaria debido a la escasa rentabilidad de una actividad económica tan limitada en el tiempo. Y por otro lado, e introduciendo el análisis de las causas de la estacionalidad, una débil oferta complementaria dificulta la desestacionalización del destino al no ofrecer incentivos a su visita fuera de la temporada alta y del consumo de los recursos sol y playa.

Respecto a las causas de la estacionalidad turística de los municipios de litoral podemos hablar de causas de tipo natural y de tipo social (Butler, 1994). Las primeras hacen referencia a las limitaciones climáticas sobre el uso de las playas. Las segundas intentan explicar el hecho de que muchos destinos de sol y playa no reciban a penas turistas aun con las adecuadas condiciones climáticas. En un análisis en profundidad sobre esta cuestión y en clara referencia a la mayor parte de los trabajadores españoles y del resto de Europa, Gaviria (1976: 16) señala tres causas de origen social: (1) la falta de costumbre, el rechazo por tomar las vacaciones cuando las áreas turísticas están menos animadas, (2) la legislación y organización de la producción industrial y de servicios y, (3) las vacaciones escolares. Pero existe una circunstancia que refuerza la estacionalidad turística de los municipios de litoral: el predominio del alojamiento en viviendas particulares. La escasa oferta de alojamiento comercial dificulta la promoción y dinamización de los destinos más allá de la temporada alta. Por el contrario, los destinos que presentan una significativa y dinámica planta de alojamiento hotelero presentan menores niveles

de estacionalidad turística debido en buena medida a que los empresarios hoteleros se encargan de maximizar la comercialización de sus plazas (Ivars y Juan, 1998; Baños, 1999).

El incremento de determinados subtipos de turismo como el asociado a la práctica del golf, el de fin de semana y el protagonizado por población jubilada (institucionalizado en el IMSERSO), junto con la llegada de población jubilada de otras regiones europeas (lo que se conoce como *Migraciones Residenciales Internacionales*), muestran pautas de afluencia opuestas a las del veraneante que están contribuyendo a reducir los niveles de estacionalidad de algunos municipios (Jurdao y Sánchez, 1990; King, Warnes y Williams, 2000; Monreal, 2001). El principal problema radica en que si por un lado estos jubilados europeos contribuyen a reducir las fuertes fluctuaciones poblacionales estacionales, por otro lado, su tendencia a no registrarse en los municipios en los que tienen su vivienda principal genera otra serie de problemas.

2.5. El subregistro de los jubilados europeos

Antes de comenzar a abordar las consecuencias del subregistro de este colectivo y de cómo contribuye a alimentar el círculo vicioso de la oferta inmobiliaria, cabe señalar las aproximaciones científicas que han intentado cuantificar su número real. Para Paniagua (1991) las cifras oficiales de población deberían ser multiplicadas por 2,5 o 3 para compensar dicho subregistro. Para otros autores (Fernández Córdón, 1993) el subregistro de este colectivo es de un 33% del total. El caso más extremo es el que apuntan Jurdao y Sánchez (1990) para el caso de Mijas, en donde sólo se censa el 20% de la población extranjera. En el ámbito de las causas, el subregistro de este colectivo es debido, según algunos autores, a la carencia de incentivos para su empadronamiento y a la tendencia de los extranjeros a evitar los contactos con la administración y evitar así el control fiscal (Jurdao y Sánchez, 1990; Rodríguez y Warnes, 2002). No obstante, la obligación de estar censado en la localidad de residencia para poder votar en las elecciones municipales ha estimulado el empadronamiento de ciudadanos de la UE en municipios turísticos españoles (INE, 2010). En cualquier caso, en lo que están de acuerdo los investigadores es en que las cifras oficiales son realmente inferiores a la realidad.

Como veremos a continuación el subregistro de la población tiene, junto con otras características del modelo turístico-residencial como la mayor estacionalidad turística, efectos negativos añadidos sobre las ya de por sí maltrechas haciendas locales. No obstante, la causa de estos efectos, la función turístico-residencial, puede convertirse a corto plazo

en la solución. Así, muchos de los gobiernos de los municipios turístico-residenciales han optado por obtener recursos públicos facilitando la promoción y construcción de viviendas.

2.6. La financiación de las administraciones locales

Una parte importante de la financiación de los ayuntamientos procede de las transferencias corrientes de la Administración Central del Estado (la Participación en los Tributos del Estado). Este reparto de fondos se realiza en función de la población de derecho (registrada) y no de la población asistida que hace referencia al volumen de población real al que deben hacer frente las Administraciones Locales. De este modo, los gastos adicionales que se producen a consecuencia de la prestación de servicios¹² para atender a una demanda estacional (mantenimiento de playas y otros recursos turísticos [monumentos, espacios naturales, etc.], mantenimiento urbano de zonas turístico-residenciales [viales, zonas verdes, el ciclo de los recursos: agua, residuos, energía, etc.]) no reciben contraprestación alguna a través de otro tipo de ingresos locales (Bustamante, 2004). Una buena muestra de ello es que algunas autonomías han creado instrumentos legislativos específicos para mitigar la difícil situación financiera que atraviesan muchos municipios turísticos (sirva de ejemplo la Ley de Municipios Turísticos de la Comunidad Valenciana). No obstante estas ayudas, en muchas ocasiones no son suficientes para atenuar la difícil situación financiera que presentan estas localidades turísticas.

En este sentido, Torreveija constituye un buen ejemplo de las dificultades financieras de estos municipios. Tras un minucioso estudio de la hacienda local de esta localidad del sur de la provincia de Alicante, Arrocha (2005) señala que la situación económico-financiera de este ayuntamiento se encuentra condicionada por una tendencia al alza en el nivel de endeudamiento. En cifras, si el endeudamiento de este municipio en 1994 se situaba en 13.966.956 euros, en el año 2002 éste había ascendido hasta alcanzar una deuda acumulada de 42.713.450 euros, llegando a alcanzar su cota máxima en el año 2000 (50.440.783 euros de deuda). En términos comparativo, la situación financiera de Torreveija destaca en el contexto valenciano. Si el incremento medio de la deuda en el conjunto de los municipios de la Comunidad Valenciana ha sido para el periodo 1994-2002 de un 74%, en el caso de Torreveija este crecimiento se sitúa en el 205,7%. Cabe señalar que este aumento del endeudamiento se produce incluso en un periodo (1994-2002) en el que esta localidad ha ingresado los impuestos

derivados de la construcción de 43.101 viviendas (Ministerio de Fomento). En cuanto al endeudamiento per capita, las cifras vuelven a destacar el caso de Torrevieja. Si en 1994 este municipio tenía una deuda de 466 euros por habitante (frente a los 228 euros de media en la región), en 2002 ésta se situaba en los 612 euros (371 media de la Comunidad Valenciana), a pesar del incremento tan importante de población que se produce en el mismo periodo (39.808 nuevos habitantes, INE).

Además de los gastos derivados de la función turística, durante buena parte del año el consistorio tiene que responder a las demandas de una población real (asistida) mayor que la empadronada debido, principalmente, al subregistro de los jubilados europeos.

En consecuencia, durante los años previos al estallido de la crisis económica los ayuntamientos de los municipios turístico-residenciales adoptaron de forma generalizada la estrategia de facilitar e incluso fomentar la actividad urbanística¹³ para paliar el estructural déficit presupuestario derivado en buena medida de su función turístico-residencial¹⁴. Esta estrategia fue denominada en el Informe del Defensor del Pueblo de 2005 como *urbanismo financiero* (2005: 1.112): “En efecto, el siempre deficitario sistema de financiación de las haciendas locales ha terminado generando una suerte de urbanismo financiero que genera plusvalías públicas y privadas muy considerables, facilita prácticas especulativas y no aporta transparencia en la toma de decisiones en torno al suelo”. En definitiva, la especialmente delicada situación financiera en la que se han visto envueltas las haciendas locales de los municipios turístico-residenciales ha contribuido a alimentar el proceso de generación de oferta inmobiliaria. Paradójicamente, los problemas financieros agravados por la función residencial fueron resueltos a corto plazo mediante más producción inmobiliaria.

Otro factor que ha contribuido a debilitar la financiación local ha sido la derogación del impuesto de actividades económicas (IAE) llevada a cabo en la reforma de la Ley de las Haciendas Locales de 2003. La actividad económica de los municipios turísticos suele ser superior a la pura representación numérica de la población de derecho debido a que proporciona servicio a un volumen mayor de población (población asistida). Eliminar el IAE sin modificar el reparto de los fondos de la Administración Central (para que en compensación valoren más la población de derecho) es a todas luces un duro revés a la financiación local (Bustamante, 2004). Además de un recorte en los ingresos, su eliminación supone que las administraciones locales cuenten con un incentivo menos a la hora de fomentar la actividad empresarial, y

entre ellas, la que se vincula con la oferta turística complementaria la cual, a su vez, podría ayudar a desestacionalizar el turismo. El hecho de que haya un mayor tejido empresarial vinculado a la oferta complementaria no va a suponer una mayor aportación a la Hacienda local. Por el lado contrario, la promoción y construcción de viviendas aportan, además de puestos de trabajo, sustanciales ingresos a las arcas locales.

2.7. Escaso desarrollo de la oferta complementaria

La oferta complementaria conforma el conjunto de servicios que se ofrece a los turistas de forma paralela a los recursos básicos (la playa en el caso del turismo de litoral) y al alojamiento¹⁵. Para los turistas la oferta complementaria ofrece valor añadido al destino ya que permite diferentes experiencias que enriquecen la visita o estancia. Para los destinos turísticos la oferta complementaria aporta atractivo al destino, ayuda a reducir la estacionalidad, genera oportunidades de negocio y crea puestos de trabajo. En España desde la década de los años ochenta con la aparición de nuevos destinos turísticos (del Caribe, Sureste asiático y Oceanía) y los cambios en el comportamiento de la demanda (búsqueda de diferenciación en la experiencia turística, creciente valoración del medio natural y rechazo de los espacios degradados y saturados) se produce una serie de reacciones desde la oferta tendentes a diversificar el producto (Vera et al., 1997). Estas reacciones han ido dirigidas fundamentalmente hacia la puesta en marcha de nuevos proyectos que combinan oferta complementaria (golf y náutico-deportivos) y promociones inmobiliarias situados al margen del entorno turístico más degradado. No obstante estas reacciones, hasta mediados de la década de los noventa la mayor parte de los destinos turísticos del litoral mediterráneo habían consolidado su producto turístico sobre la base de recursos naturales y en especial el sol y la playa (Vera et al., 1990; Munres, 1996; Vera, 1997; SOPDE, 1998; Torres, 2003; Aznar, 2003). En el caso de la Comunidad Valenciana, el escaso desarrollo de la oferta complementaria tiene su origen en diversas causas. Para algunos autores la raíz del problema ha sido “la inorganización y atomización de los promotores, la ausencia de estructuras programadas de marketing, gestión, promoción y comercialización coordinadas, y de la carencia de una concepción clara del producto que se desea vender” (Navalón, 1995: 251). Para otros autores hay que situar las causas en la confusión habida entre la industria turística y el negocio inmobiliario basado en la especulación del suelo y en la construcción y venta de viviendas con el único objetivo del beneficio a corto plazo (Gaviria,

1974; Vera, 1992; Aledo y Mazón, 2005). Según estos autores, los promotores tenían bien definido el producto que querían vender. El error fue esperar de estos agentes económicos algo que corresponde más bien a los promotores turísticos. En cualquier caso, la escasa función turística de los espacios de litoral ha constituido un factor que ha alimentado el círculo vicioso de la promoción inmobiliaria. El escaso desarrollo de la oferta complementaria constituye un impedimento a la desestacionalización del destino al no ofrecer incentivos a su visita fuera de la temporada alta y del consumo de los recursos sol y playa. Al mismo tiempo y retroalimentando el proceso, la elevada estacionalidad turística hace poco atractiva la inversión empresarial en oferta complementaria debido a la escasa rentabilidad de una actividad económica limitada fundamentalmente a los meses de verano.

El último boom inmobiliario (1998-2007), caracterizado por la hegemonía económica, política y social de la promoción de viviendas (Tomás Carpi, 2010), ha acentuado el predominio de la función residencial frente a la turística en la mayoría de destinos de litoral y prelitoral valenciano (Obiol y Pitarch, 2011). Muy probablemente este reforzamiento de la función residencial ha sido la consecuencia lógica y esperable de un modelo económico que ofrecía exiguas alternativas económicas a la promoción inmobiliaria. Del mismo modo, la escasa función turística actual de los destinos de litoral y el consecuente agravamiento del crónico déficit de oferta complementaria condicionará el escenario sobre el que se tomen las decisiones futuras sobre el desarrollo local.

Como ya hemos abordado en el apartado de la estacionalidad, en esta dinámica perversa el carácter privado de la mayor parte de la oferta de alojamiento turístico juega un papel fundamental al limitar el uso de las viviendas a unas cuantas semanas al año. A este argumento hay que sumar que el usuario de este tipo de alojamiento tiene un perfil de gasto más bajo que el turista que se aloja en hoteles y similares lo que desincentiva la inversión empresarial en oferta complementaria alimentando de nuevo el círculo vicioso de producción inmobiliaria.

2.8. Perfil de gasto de la demanda

Teniendo en cuenta los datos disponibles, se pueden establecer dos perfiles de gasto en los municipios turístico-residenciales: el turista residencial vacacional (el turista que utiliza una vivienda en su periodo de vacaciones) y el jubilado europeo.

Para componer el perfil de gasto del turista residencial vacacional contamos con las encuestas de gasto turístico (EGATUR) elaboradas por el

Instituto de Estudios Turísticos (IET). En concreto, los resultados de la encuesta de 2006 sobre el gasto de los turistas no residentes en España ¹⁶, señalan que el turista alojado en “hoteles y similares” gastó una media diaria durante su visita de 124€ frente a los 59€ del turista que se alojó en establecimientos no hoteleros. Sin embargo, cabe matizar que no todo el gasto realizado por el turista queda en el destino, ya que una parte del mismo se dedica al transporte o bien se queda en las agencias de viaje de origen del turista. Para el argumento que tratamos de desarrollar resulta más interesante comparar el gasto que directamente incide en el destino. Por ello, debemos recurrir al estudio realizado por Deloitte-Exceltur (2005) y que combina datos del IET y encuestas *ad hoc*. Los resultados vuelven a destacar el mayor gasto diario en el destino por parte de los turistas alojados en establecimiento reglados (hoteles y similares) frente a aquellos que lo hacen en viviendas. Esta diferencia se debe, por un lado, al diferente estilo de vida en destino de ambos tipos de turista. El menor conocimiento del lugar por parte del turista hotelero frente al turista residencial influye en que aquél realice más compras (entre ellas la adquisición de recuerdos), excursiones para conocer el paisaje, la cultura local o la gastronomía (Deloitte-Exceltur, 2005: 34). En el caso del turista residencial, el conocimiento del destino le permite aprovechar, casi como al residente, las oportunidades de mercado en el destino, realizando sus compras en lugares no turísticos (como los supermercados) y la mayor parte de las comidas en la vivienda (Torres, 2003; Exceltur, 2005). Por otro lado, la diferencia de gasto entre ambos tipos de turistas se observa en la partida destinada a alojamiento. Los turistas residenciales gastan en cada visita mucho menos debido a que la vivienda utilizada suele ser de su propiedad o estar cedida por familiares y amigos, en cuyo caso el pago está implícito en la inversión en el momento de la compra. Sin embargo, señala el informe, la incidencia de esta importante inversión en las actividades turísticas es indirecta ya que afecta principalmente a los sectores financiero e inmobiliario. En principio cabría pensar que los datos anteriores podrían compensarse con la mayor duración media de la estancia por parte del turista residencial (16 noches) frente al turista hotelero (7 noches) (EGATUR, 2006). No obstante, la naturaleza individual de la propiedad del alojamiento no reglado dificulta la inclusión (a diferencia del alojamiento reglado) de gran parte de ese parque de viviendas en los circuitos de comercialización limitando el número de turistas que utilizan el alojamiento, lo que reduce significativamente su ciclo económico tal y como desarrollamos en el punto de la estacionalidad.

Lo señalado anteriormente destaca la estrecha relación existente entre el tipo de alojamiento y el desarrollo de una estructura comercial y de servicios estable y amplia que contribuya a diversificar el tejido económico local.

En lo que respecta al segundo de los segmentos de la demanda, el jubilado europeo, los datos con los que contamos provienen de investigaciones *ad hoc* enmarcadas en lo que se conoce más ampliamente como *Migraciones Internacionales de Retirados*.

Lo primero que hay que tener en cuenta para el conjunto de los individuos incluidos en este grupo es que llegada una avanzada edad se realiza una valoración del ocio de una forma más relajada (Cuba y Longino, 1991) que incidirá en la práctica de actividades denominadas como turísticas. Si embargo, existen diferencias a este respecto en función de la duración de la estancia. En este sentido, Rodríguez (1999) han señalado que existe una relación indirectamente proporcional entre la existencia de prácticas turísticas y la duración de la estancia, notándose un cambio significativo a partir de los seis meses. Conforme aumenta la duración de la estancia las prácticas se van acercando a las del residente local, volviéndose ordinarias y cotidianas. Además, al igual que lo señalado para los turistas residenciales vacacionales, el alojamiento en una vivienda y el conocimiento del lugar por la reincidencia anual, disminuye el interés en la compra de recuerdos y la realización de excursiones para conocer el destino, al mismo tiempo que les permite llevar a cabo la mayor parte de las comidas en la vivienda. Un reflejo de la menor demanda de este tipo de actividades más turísticas por parte del colectivo de jubilados aparece en el artículo publicado por Rodríguez et al. (1998), en donde destacan que las empresas orientadas al mercado inmobiliario son las que ocupan el primer puesto en importancia, seguidas de las de atención sanitaria, quedando en tercer lugar las empresas que facilitan el consumo del tiempo libre (agencias de alquiler de coches, de viajes, actividades deportivas, restaurantes y bares).

En esta misma línea se encuentra el estudio realizado por Deloitte-Exclturl (2005). En este estudio la repercusión media en la economía regional, medida en Valor Añadido Bruto (VAB), de cada plaza de alojamiento reglada (hoteles, apartamentos turísticos legales, campings, etc.) es de 13.634€, frente a los 1.287€ de cada plaza residencial¹⁷. Sin embargo, continua el informe, en la Comunidad Valenciana “el VAB logrado por el alojamiento residencial es superior al del reglado, fundamentalmente porque la relación entre plazas residenciales y regladas en esa comunidad es de 8 a 1, lo cual en ningún caso explicaría que el alojamiento residencial sólo obtenga el 6% más

de VAB que el reglado” (2005: 41). Es decir, que a pesar de haber ocho veces más volumen de alojamiento residencial que reglado (con el consumo de recursos que supone) éste sólo genera un 6% más de beneficios a las áreas de acogida. Por lo tanto, desde una perspectiva económica, el informe de Deloitte-Exclturl coincide con buena parte de la Academia (Gaviria, 1976; Jurdao, 1979; Jurdao y Sánchez, 1990; Torres, 2003) al destacar que el punto fuerte del submodelo turístico presente en la mayor parte de esta región (turismo residencial) se encuentra en el proceso de construcción de las viviendas (alojamientos) ya que después la rentabilidad del turismo residencial decae debido a la escasa oferta complementaria y a que el perfil de consumo del turista es cercano al cotidiano (Deloitte-Exclturl, 2005).

En definitiva, la menor participación de las actividades económicas directamente vinculadas al turismo junto con la descapitalización de otras actividades económicas contribuyen a ensalzar a nivel local y regional la importancia económica y social de la actividad de la promoción y construcción de viviendas. Este contexto condiciona las subsiguientes decisiones hacia la continuidad del modelo a menos que se produzca un descenso radical de la demanda que permita la reflexión y la reorientación.

Conclusiones

A tenor de lo expuesto parece razonable considerar la influencia de las dinámicas locales en el ciclo de hiperproducción inmobiliaria acaecido en los destinos turístico-residenciales consolidados. La evolución acumulativa de los factores desarrollados ha generado un círculo vicioso cada vez más intenso que solo se ha detenido con la irrupción en escena de la crisis internacional. Dada la complejidad del subsistema turístico, y del sistema social en el que se inserta, más que hablar de un plan perfectamente controlado resulta más acertado hablar de un contexto (o círculo vicioso) emergente: cada decisión contribuye a establecer el contexto en el que se toman las decisiones ulteriores. En otras palabras, lo que pase mañana dependerá de lo que ocurra hoy. No obstante la contingencia y el carácter emergente del sistema, todo apunta a que ha habido actores con mayor capacidad estructural de acción (y con mayor responsabilidad) que se han beneficiado en mayor medida del boom inmobiliario. En la actualidad parece evidente que los perjuicios derivados de la centralidad económica y social que ha alcanzado el sector inmobiliario superan con creces los supuestos beneficios económicos y sociales (de

ahí que se hable de círculo vicioso y no virtuoso). El tirón económico del sector turístico-inmobiliario jugó un papel fundamental en un determinado momento histórico. En los años 60, la actividad de la construcción en el litoral ayudó a absorber los trabajadores expulsados de un campo que empezaba a mecanizarse proporcionando una alternativa a la emigración al extranjero, contribuyó al desarrollo económico de muchos municipios de litoral, además de ampliar las opciones laborales y vitales de muchos jóvenes. Con el paso del tiempo y la evolución acumulativa por retroalimentación de los factores desarrollados en el artículo, la dinámica positiva (o círculo virtuoso) iniciada en los años 60 se ha convertido más bien en una dinámica perversa que ha aumentado la vulnerabilidad de estos municipios. Visto con perspectiva, el último boom inmobiliario era un resultado muy probable atendiendo a lo sucedido en las décadas anteriores e interpretado todo ello bajo el marco conceptual del círculo vicioso. El paulatino pero constante incremento de la importancia económica de la función residencial desde los inicios del turismo y la pérdida de peso económico del resto de actividades económicas, estaban sentando poco a poco las bases de su posterior hegemonía. Cada vez resultaba más claro, y por ello contaban con más adeptos cuya adhesión contribuía a alimentar el proceso, el hecho de que el sector inmobiliario era el motor económico de la región. La crisis económica actual, al reducir drásticamente la financiación de la demanda y de la promoción, ha venido a romper el círculo vicioso de producción inmobiliaria sustituyéndolo por un periodo de incertidumbre. Sin embargo, un periodo de incertidumbre es también un periodo de elección. En este sentido, la crisis actual proporciona una oportunidad temporal para reflexionar sobre lo ocurrido y establecer nuevas bases estructurales sobre las que sostener un desarrollo socioeconómico que genere menor vulnerabilidad local. Estas transformaciones no solo deben afectar a la política turística sino que deben alcanzar cuestiones de mayor centralidad como la gobernanza local. No obstante, de no tomar medidas reorientadoras existen posibilidades reales de que, una vez vuelva a fluir el crédito (tanto para la demanda nacional pero sobre todo para la internacional), el círculo vicioso se active de nuevo estimulado por la combinación del interés de determinados actores por recuperar las inversiones en suelo realizadas antes de la crisis, por la escasa transparencia en la gestión urbanística local, por la difícil situación financiera por la que pasan los ayuntamientos, por los elevados niveles de desempleo (con especial incidencia en la población joven y no cualificada) y por la convicción social (debido a la falta de alternativas) de la inevitabilidad del desarrollo

turístico-residencial en estas localidades. En ese caso, sería una huída hacia adelante que agravaría más si cabe la vulnerabilidad local.

Bibliografía

- AFI, Analistas Financieros Internacionales
2004 El mercado inmobiliario español. Asprima-
-Estudio Planner, Madrid.
- Alcaraz, M.
2009 *De l'èxit a la crisi. Pamflet sobre política valenciana*. Publicacions de la Universitat de València.
- Aledo, A.
2008 "De la tierra al suelo: la transformación del paisaje y el nuevo turismo residencial". *Arbor*, 18(729): 99-113.
- Aledo, A. y Mazón, T. (dir.)
2004 Impact of residential tourism and the destination life cycle theory. En Pineda F.D., y Brebbia, C.A., *Sustainable Tourism*. Witpress. Southampton-Boston.
- Arrocha, A.
2005 La hacienda local en los destinos turísticos: el caso de Torrevieja. En Mazón, T. y Aledo, A. (Editores) *Turismo residencial y Cambio Social: nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. Aguaclara. Alicante.
- AVE, Asociación Valenciana de Empresarios
2009 Los pilares del nuevo modelo de desarrollo económico valenciano. [En línea] <<http://www.ave.org.es/2009/12/los-pilares-del-nuevo-modelo-de-desarrollo-economico-valenciano/>> [23 de noviembre de 2012]
- Aznar Sánchez, J.A.
2003 "Análisis estructural del sector turístico en Almería". *Cuadernos de Turismo*, 11: 21-39.
- Baños Castiñeira, C.
1999 "Modelos turísticos locales. Análisis comparado de dos destinos de la Costa Blanca". *Revista de Investigaciones Geográficas*, 21: 35-58.
- Boira, J.V.
2012 *Valencia, la tormenta perfecta*. RBA. Barcelona.
- Burriel de Orueta, E.L.
2008 "La década prodigiosa del urbanismo español (1997-2006). Diez años de cambios en el Mundo, en la Geografía y en las Ciencias Sociales, 1999-2008. *Actas del X Coloquio Internacional de Geocrítica*, Universidad de Barcelona, 26-30 de mayo de 2008. <<http://www.ub.es/geocrit/-xcol/383.htm>>.
- Bustamante Moreno, J.
2004 *Competitividad y financiación de los municipios turísticos: el apalancamiento fiscal*. XIII Simposio Internacional de Turismo y Ocio. ESADE – Fiar de Barcelona.

- Butler, R. W.
1994 Seasonality in Tourism: Issues and Problems. En A.V. Seaton (ed) *Tourism: State of the Art*. Chichester; Wiley, 332-339.
- Cuba, L.J. y Longino, CF. Jr.
1991 "Regional retirement migration: The case of Cape Cod". *Journal of Gerontology: Social Science*, 46: 33-42.
- Diez Ripollés, J.L., Gómez-Céspedes, A., Prieto del Pino, A. M., Stangeland, P., y Vera Jurado, D.
2003 "Urbanismo, corrupción y delincuencia organizada: conclusiones y recomendaciones". *Boletín Criminológico*, 66.
- Deloitte-Exceltur
2005 *Impactos sobre el entorno, la economía y el empleo de los distintos modelos de desarrollo turístico del litoral mediterráneo español, Baleares y Canarias*, Resumen ejecutivo. Madrid. [En línea]. <http://www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/encuentro/Sumario_residencial_completo.pdf>. [12 de julio de 2012].
- Fernández, G. R.
2005 "El agente urbanizador. Mitos y realidades." *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, XXXVII, n° 143, p. 125-144.
- Fernández Cordón, J. A.
1993 *Movilidad de la población en Andalucía 1891-1990. Migración internacional y corriente migratoria de retorno*. Junta de Andalucía, Consejería de Asuntos Sociales.
- Fernández Durán, R.
2006 *El tsunami urbanizador español y mundial : sobre sus causas y repercusiones devastadoras, y la necesidad de prepararse para el previsible estallido de la burbuja inmobiliaria*. Virus. Barcelona.
- Fourtou, J.
2005 *Informe sobre las alegaciones de aplicación abusiva de la Ley Reguladora de la Actividad Urbanística (LRAU) y sus repercusiones para los ciudadanos europeos*. Parlamento Europeo. Documento de sesión 5-12-2005: 13.
- Gaja i Díaz, F.
2008 "El "tsunami urbanizador" en el litoral mediterráneo. El ciclo de hiperproducción inmobiliaria 1996-2006". *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2008, vol. XII, núm. 270 (66). <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-270/sn-270-66.htm>>.
- Gaviria, M. (dir.)
1974 *España a Go-Go: turismo charter y neocolonialismo del espacio*. Turner. Madrid.
- 1976 *El turismo de invierno y el asentamiento de extranjeros en la provincia de Alicante*. Instituto de Estudios Alicantinos, Diputación Provincial de Alicante. Alicante.
- Greenpeace
Destrucción a toda costa: informe sobre la situación del litoral español. julio 2006. [En línea]. <<http://www.greenpeace.org/espana/es/reports/destrucci-n-a-toda-costa-2006/>>. [5 de septiembre de 2006].
- Herce, J.A., López García, M. A., Rodríguez López, J. y Taltavull, P.
2005 "El papel del suelo en el mercado de viviendas". *Economistas*, 103: 29-36. Madrid. Colegio de Economistas.
- IET. Instituto de Estudios Turísticos. Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) 2006. [En línea]. <[http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/egatur/Anuales/Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%20C3%ADstico%20\(Egatur\)%202006.pdf](http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/egatur/Anuales/Encuesta%20de%20Gasto%20Tur%20C3%ADstico%20(Egatur)%202006.pdf)> [20 de junio de 2012]
- Ivars, J.A. y Juan, F.
(1998) "La desestacionalización de la actividad turística en Benidorm". *Revista Valenciana de Estudios Autonómicos*, 25: 245-260.
- Juan, F., Jesús, A. y Solsona, J.
(2003) "Las viviendas familiares y su uso turístico en la Comunidad Valenciana". *Estudios Turísticos*, 155- 156: 159-177.
- Jurdao Arrones, F.
(1979) *España en venta*. Ayuso. Madrid.
- Jurdao Arrones, F. y Sánchez Elena, M.
1990 *España, Asilo de Europa*. Planeta. Barcelona.
- King, R., Warnes, A. y Williams, A.
2000 *Sunset Lives: British Retirement Migration to the Mediterranean*. Berg. Londres.
- Mantecón, A.
2011a: "La legitimación social como clave explicativa del proceso turístico-residencial". *Revista Española de Sociología*, 16: 73-90.
- 2011b: "El proceso del turismo residencial. Análisis sociopolítico de los discursos públicos desde una perspectiva cualitativa". *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 21: 17-38.
- Mazón, T. y Aledo, A.
2005 "Los límites del turismo residencial: el caso de Torre Vieja". *Estudios Turísticos*, 165: 77-95.
- Monreal, J. (dir.)
2001 *Un nuevo mercado turístico: jubilados europeos en la Región de Murcia*. Universidad de Murcia. Murcia.
- Munres.
1996 *Programa de Revitalización de Municipios con Turismo Residencial. Investigaciones básicas*. Instituto Universitario de Geografía y Diputación de Alicante. Alicante.

- Muñoz, J.
2011 "Com hem arribat fins aquí. Les bases electorals de l'hegemonia electoral de la dreia valenciana". *L'Espill*, 39: 37-49.
- Naredo, J.M., y Montiel, A.
2011. *El modelo inmobiliario español*. Icaria: Madrid.
- Navalón García, R.
1995 *El planeamiento urbano y el turismo residencial en los municipios litorales de Alicante*. Instituto de Cultura Juan Gil-Albert. Alicante.
- OSE (Observatorio de la Sostenibilidad en España)
2006 *Cambio de ocupación del suelo en España: implicaciones para la sostenibilidad. Principales resultados a nivel nacional y por Comunidades Autónomas. Estudio realizado a partir del proyecto corine land cover*. Mundiprensa. Madrid.
- Paniagua Mazorra, A.
1991 " Migración de noreuropeos retirados a España: el caso británico". *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, 26(4): 255-266.
- Raya Amellado, P.
2003 "El turismo residencial en el litoral andaluz". *Estudios Turísticos*, 155-156: 179-196.
- Riera, A. y Mateu, J.
2007 "Aproximación al volumen de turismo residencial en la comunidad autónoma de las Illes Balears a partir del cómputo de la carga demográfica real". *Estudios Turísticos*, 174: 59-71.
- Rodríguez, V. (Dir.)
1999 "Los inmigrantes europeos jubilados en Andalucía. Rasgos sociodemográficos, motivaciones para migrar y modo de vida". *Estudios y Análisis. Trabajos de Investigación*. Instituto de Estadística de Andalucía. Sevilla.
- Rodríguez, V; Fernández-Mayoralas, G; y Rojo, F. (1998) "European retired in the Costa del Sol: A cross-Nacional Comparison". *Internacional Journal of Population Geography*, 4 (2): 183-200.
- Rodríguez, V. y Warnes, T.
2002 "Los residentes europeos mayores en España: repercusiones socioeconómicas y territoriales". *El Campo de las Ciencias y las Artes. El nuevo orden demográfico*, 139: 123-148.
- Ros Tonda, J.
2003 "Aproximación al turismo residencial español". *Estudios Turísticos*, 155-156: 71-85.
- Salvà Tomàs, P.
2003 La inmigración en Baleares: de un fenómeno tipo 'Nueva Florida' a un modelo migratorio de 'Nueva California'. En *Perspectivas de la inmigración en España. Una aproximación desde el territorio*. Icaria. Barcelona.
- Santana Talavera, A.
2006 (1997) *Antropología y turismo: ¿nuevas hordas, viejas culturas?*. Ariel Antropología. Barcelona.
- Taltavull, P.
2003 La política de vivienda. En Salinas, J. y Álvarez, S. (coord), *El gasto público en la democracia, Instituto de Estudios Fiscales*, p 331-378.
- Tomás Carpi, J.A.
2010 La base exportadora agrícola y el desarrollo de la economía valenciana. En Bono, E., *Naranja y desarrollo. La base agrícola exportadora de la economía del País Valenciano y el modelo de crecimiento hacia afuera*. Publicacions de la Universitat de València. Valencia.
- Torres Bernier, E.
2003 "El turismo residenciado y sus efectos en los destinos turísticos". *Estudios Turísticos*, 155-156: 45-70.
- Transparencia Internacional
Informe Global de la corrupción 2006. [En línea]. <<http://www.transparencia.org.es/informes%20especifico%20sobre%20españa%202006-2007/informe%20ti-España%202006.pdf>> [4 de junio de 2008].
- Vera Rebollo, F.
1992 "Turismo y crisis agraria en el litoral alicantino". En *Los mitos del turismo*. Jurdao Arrones, F. (ed.). Endymion, Col. Turismo y Sociedad. Madrid.
- Vera Rebollo, F. (coord.), López Palomeque, F., Marchena, M.J. y Antón, S.
1997 *Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo*. Ariel. Barcelona.
- Vera Rebollo, F. y Monforte, V.
1994 "Agotamiento de modelos turísticos clásicos. Una estrategia territorial para la cualificación: la experiencia de la Comunidad Valenciana". *Estudios Turísticos*, 123: 17-45.

Notes

- 1 *El País*, 30 de enero de 2010: "La costa mediterránea sufre su año negro laboral por la construcción".
- 2 El artículo aborda fundamentalmente los factores que participan del contexto material local y regional (estructura). No aborda los factores que tienen que ver con la cultural inmaterial que participan de la legitimación social y política del modelo de desarrollo turístico-residencial. En esta línea, para un análisis de los discursos políticos locales véanse los trabajos de Mantecón (2011a y 2011b). Para un análisis del apoyo social y electoral véanse los trabajos de Alcaraz (2009) y de Muñoz (2011).
- 3 *El País*, 26 de junio de 2007: "La ONU pide al Gobierno español que informe de la "grave crisis" inmobiliaria que se avecina".
- 4 Durante el almuerzo posterior a una visita guiada a las promociones urbanísticas de Polaris

World en Murcia (julio de 2007) uno de sus agentes de ventas comentó ya de forma más distendida que el beneficio que se obtiene de cada vivienda rondaba aproximadamente el 200%.

- ⁵ Diario *ABC*, 26 de diciembre de 2006: "Amancio Ortega compra el 5,01% del capital de la inmobiliaria Astroc".
- ⁶ Diario *El País*, 20 de octubre de 2005: "Algunos empresarios han apostado por la construcción antes que por sus empresas".
- ⁷ En esta región algunos cálculos (Greenpeace, 2006) sitúan el aporte de la actividad de la construcción a la economía (PIB) en un 26%, diez puntos por encima de la media nacional. Para la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE) en esta región existía una excesiva dependencia de la economía con respecto a la construcción. Diario *El País*, 23 de junio 2006.
- ⁸ Sirva como ejemplo las declaraciones realizadas por el ex conseller de Territorio y Vivienda del gobierno valenciano, Esteban González Pons, quien "recordó que el Consell ayudó a Llanera, poco antes de las elecciones, aprobando el PAI de Catarroja con el que la empresa de Fernando Gallego iba a construir 12.000 viviendas. Afirmó también que no paralizó ningún proyecto de la constructora". (Diario *Las Provincias*, 3 de octubre de 2007)
- ⁹ Véase por ejemplo el resumen que incluye Greenpeace en su informe *Destrucción a toda costa* del 2006.
- ¹⁰ Diario *Información*, 29 de septiembre de 2005: "Los notarios dicen que la corrupción es el gran problema del sector de la vivienda".
- ¹¹ En algunas regiones, como el caso de la provincia de Almería, el carácter temporal del empleo vinculado al turismo resulta positivo al complementarse con los periodos de actividad agrícola de zonas cercanas (Aznar, 2003).
- ¹² Además existen diferencias a este respecto en función de la tipología urbanística, siendo más costoso el mantenimiento de municipios de crecimiento urbanístico horizontal de baja densidad (Vera et al., 1990; Baños, 1999).
- ¹³ Ingresos en concepto del Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI), y del Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras (ICIO). No obstante, en casos como el de Torre Vieja, tal y como hemos visto con anterioridad, el elevado número de viviendas y el fomento de la construcción no es suficiente para paliar el déficit presupuestario (Arrocha, 2005).
- ¹⁴ Según datos de SUMA, el organismo de gestión tributaria de la mayoría de poblaciones de la provincia de Alicante, en el año 2004 en esta provincia los ingresos por el Impuesto de Bienes

Inmuebles se habían incrementado en un 44% con respecto al año 1997.

- ¹⁵ Recursos ambientales; el patrimonio histórico-artístico y etnológico, que incluye la gastronomía y la artesanía vernácula; las instalaciones y actividades culturales (museos y festivales); las instalaciones y actividades deportivas (con especial atención a los deportes náuticos y al golf); a los sectores comerciales y de restauración.
- ¹⁶ Este mismo dato no es producido para los turistas residentes en España.
- ¹⁷ Este dato es el resultado de la media aritmética de los valores de las seis Comunidades Autónomas objeto de análisis. En el cálculo no se tiene en cuenta la repercusión de la actividad de la construcción de viviendas, ya que queda reflejada como un *input* indirecto en las cuentas de turismo (IMPACTUR).

Recibido: 14/06/2013
Reenviado: 12/11/2013
Aceptado: 20/01/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos



cultur

Revista de Cultura e Turismo

Áreas de interesse: Cultura e Turismo

Periodicidade: semestral

Missão: Fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura e Turismo, objetivando a troca de informações, a reflexão e o debate, provendo assim o desenvolvimento social.

Visão: Ser uma revista científica de prestígio nacional e internacional.

Valores: Ética, Excelência, Inovação e Desenvolvimento Social.

ISSN: 1982.5838

<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo>

Contato

Prof. Dr. Marco Aurélio Ávila - marco@ativanet.com.br

Prof. Dr. Gustavo da Cruz - gusdacruz@hotmail.com

Prof. Dr. José Manoel Gonçalves Gândara - jmqgandara@yahoo.com.br

Endereço: Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC

Campus Prof. Soane Nazaré de Andrade

Km 16 – Rodovia Ilhéus/Itabuna

45662-000 – Ilhéus/BA

E-mail: revistacet@hotmail.com

Fone: (73) 3680 – 5043

Sabores, saberes e o desenvolvimento do ecoturismo na comunidade Mem de Sá, Itaporanga D'Ajuda, Estado de Sergipe

Jurema Nascimento Ribeiro*

Tamiles Santos Andrade**

Claudio Roberto Braghini***

Instituto Federal de Sergipe, (Brasil)

Resumo: Este trabalho objetivou identificar as conexões entre gastronomia, identidade cultural e ecoturismo na comunidade Mem de Sá, localizada em uma ilha fluvial no Litoral Sul do Estado de Sergipe, Brazil, que desponta para a atividade turística. A metodologia baseou-se no diálogo prévio com a comunidade, entrevistas com roteiro semi-estruturado e inventário das iguarias típicas. A gastronomia, incluindo os aspectos históricos, pode estimular a manutenção ou re-significação da identidade cultural pela própria comunidade, e também, ser uma ferramenta do ecoturismo na promoção de um desenvolvimento local. O ecoturismo como modelo de gestão do turismo que estabelece o compromisso com a comunidade Mem de Sá pode se tornar uma atividade complementar, valorizando a evidente relação existente entre o modo de vida baseado na pesca, a culinária e o entorno natural com rios e manguezais. A gastronomia local insere-se como elo de ligação entre o modo de produção baseado na pesca e os interesses dos ecoturistas. A articulação entre a empresa pública Embrapa Tabuleiros Costeiros, Instituto Federal de Sergipe e demais parceiros favorece essa abordagem do Ecoturismo.

Palavras-chaves: Gastronomia, Identidade Cultural, Ecoturismo e Comunidade.

Tastes, knowledge and development of ecotourism in the Mem de Sá, Itaporanga D'Ajuda, State of Sergipe community

Abstract: This study aimed to identify the connections between gastronomy, ecotourism and cultural identity in the community Mem de Sá, located on a river island on the south coast of Sergipe, that is preparing for tourist activity. The methodology was based on prior dialogue with the community, and interviews together with a semi-structured inventory of typical delicacies. The typical gastronomy, including its historical aspects, could be used to safeguard or reinterpret the cultural identity of the community, whilst also valuable as a facet of the ecotourism being developed. Ecotourism as a model for establishing tourism management and commitment towards the community Mem de Sá may represent a complementary activity for them in its perspective of highlighting the clear link between the way of life based on fishing and cookery, with the natural environment of rivers and mangroves. The local gastronomy to inserted as a link between production mode based on fishing and interests of ecotourists. The coalition between the public enterprise Embrapa Tabuleiros Costeiros, the Federal Institute of Sergipe and other partners is working along these lines to promote Ecotourism.

Keywords: Gastronomy, Cultural identity, Ecotourism and Community.

* Bacharel em Comunicação Social, habilitação Jornalismo, pela Universidade Tiradentes - UNIT. Graduada de Tecnologia em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe - IFS. E-mail: juribeirosp@bol.com.br

** Graduada em Tecnologia em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe - IFS.
E-mail: tamilesandrade64@hotmail.com

*** Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente – PRODEMA/Universidade Federal de Sergipe – UFS. Doutorando em Geografia – NPGEO/UFS. Professor do Instituto Federal de Sergipe – IFS – Coordenadoria de Curso Superior em Turismo - CCST. E-mail: claudio.braghini@ifs.edu.br

1. Introdução

A cultura de um povo é transmitida de geração em geração, expressada de várias formas por seus habitantes. A gastronomia pode ser classificada como um dos aspectos culturais que melhor define um povo, pois a comida não se restringe à posição de alimento simplesmente, uma vez que através do que se come e como se come é possível obter uma série de informações sobre aqueles que ingerem os alimentos, desde sua origem, estilo de vida, herança cultural e até mesmo tradições religiosas.

A gastronomia é em muitas localidades um elemento de motivação para atração de turistas, além de ser um dos nichos do turismo cultural, pois é considerada como parte integrante do patrimônio cultural, possibilitando o conhecimento dos hábitos e costumes da comunidade.

O turismo cultural é motivado por esta busca de conhecimento, de interação com outras pessoas que possuem costumes, tradições e hábitos diversos dos encontrados na localidade de origem. Furtado (2004: 2) compartilha da idéia, reforçando o papel da gastronomia como um elemento do turismo cultural “as pessoas buscam novos conhecimentos, querem experimentar novos sabores, vivenciar outras culturas e a gastronomia pode ser o motivo principal ou o inicial para se conhecer determinado local”.

Segala (2003) elenca como um fundamento deste segmento o elo entre o passado e o presente, o contato e a convivência com o legado cultural, que apesar das influências e pela própria dinamicidade da cultura, ainda assim mantém uma estrutura reveladora que identifica os saberes e fazeres de cada comunidade.

Por meio do Turismo Cultural são criados mecanismos que viabilizam a valorização e revitalização do patrimônio, muitas vezes suscitando na comunidade o sentimento de integração e pertença. “Todo grupo necessita de uma cultura que o sustente para poder existir, vivenciada no sentido comum e repassada através da comunicação para manter o sentido de pertencer entre seus integrantes” (Martins, 2003: 43).

O aspecto cultural é relevante para a maioria dos segmentos do turismo, entretanto o modelo de turismo que se fortaleceu com caráter mercadológico, gerou impactos nas culturas e ambientes. De acordo com Honório e Barros (2003: 154) o turismo tradicional seria um seguidor deste “parâmetro de consumo e destruição”. Em contrapartida as autoras apontam para uma outra possibilidade de turismo, o “turismo auto-sustentável que respeita e preserva a natureza, o patrimônio histórico e

local e as manifestações culturais, expressões de vida de um povo” (Honório e Barros, 2003: 154).

Face à crise ambiental e a globalização com tendência homogeneizante, no século XX emergem iniciativas e propostas para o desenvolvimento de um turismo alternativo (Molina, 2001; Pires, 2002). A crescente preocupação com a proteção de espaços preservados conduziu à criação de áreas protegidas no mundo. Na América Latina em especial, muitas dessas unidades de conservação (UC) continham populações que conviviam com a dinâmica dos ambientes ditos naturais, fonte de seus recursos de sobrevivência, o que conduziu a conflitos com a gestão dessas unidades (Diegues, 2005; Ferreira, 2004; Kent, 2003). Por outro lado, o ecoturismo emergiu como possibilidade de trazer benefícios a essas populações, favorecer a conservação ambiental e permitir ao visitante vivenciar ambientes e culturas com as suas peculiaridades (Lindberg e Hawkins, 2002; Drumm e Moore, 2003). Certos países estabeleceram políticas nacionais de ecoturismo e na perspectiva de auto-gestão do mesmo pelas comunidades tradicionais, desenvolveu-se o ecoturismo de base comunitária (Mitraud, 2003).

O ecoturismo sofreu transformações ao longo do tempo em razão dos diversos interesses, experiências e interpretações acadêmicas e profissionais sobre o seu significado. O entendimento de sócio-ambientalista trouxe uma amplitude maior de responsabilidades e princípios ao ecoturismo. Para o mercado, o ecoturismo tornou-se um segmento de grande interesse e investimentos (Rodrigues, 2003; Pires, 2002).

Fennell (2002) por exemplo, criou sua própria definição, após analisar as idéias de alguns pesquisadores. Nela, Fennell interpreta o ecoturismo como um fenômeno mais amplo e apresenta aspectos relacionados com a experiência do visitante, ética, gestão, necessidade de ser orientado e controlado, de acordo com princípios.

O ecoturismo, nessa gama de diversidade de interpretações, ganha nova dimensão e amplitude no contexto de um turismo responsável, uma concepção de atividade turística que implica compromisso com a auto-gestão pelas comunidades locais, além de ações em prol da conservação ambiental (Drumm e Moore, 2003).

O poder público no Brasil incorporou o ecoturismo como segmento, passando a atuar como regulador e ao mesmo tempo reconhecendo-o como atividade pertinente para conservação dos ambientes naturais. Segundo o Ministério do Turismo (Brasil, 2008:16) o Ecoturismo é entendido como um “segmento da atividade turística”, que faz uso dos patrimônios natural e cultural de forma sustentável, destacando o caráter educativo ao estabelecer que ele “busca a formação de uma

consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente”. A preocupação com as populações locais aparece na definição de Ecoturismo como promotor do bem-estar.

No Brasil o ecoturismo não se insere como política nacional, restringindo-se a um segmento entre outros, mas carrega em seu bojo compromisso e responsabilidade, diante de áreas naturais e culturas locais, na perspectiva de um turismo sustentável.

Dessa forma, parte-se da premissa que o ecoturismo com perfil de base comunitária seja uma possibilidade adequada para aliar conservação ambiental ao desenvolvimento socioeconômico local de comunidades. Para Coriolano (2003:25), o desenvolvimento local se define como “um processo de mudança de mentalidade, de câmbio social, institucional e de troca de eixo na busca do desenvolvimento”. Baseando-se neste conceito, observa-se no ecoturismo um comprometimento com a viabilização desta idéia, partindo-se do pressuposto de que para se atingir a tão esperada sustentabilidade no turismo é preciso planejamento e políticas públicas voltadas para tal.

Outra premissa exposta aqui é que o ecoturismo poderia conduzir a um processo de valorização da cultura de uma localidade e consequentemente, reforçar a identidade local. Isso implica estabelecer uma relação entre ecoturismo e patrimônio cultural e neste contexto, insere-se a gastronomia local.

Nas pesquisas de Fennell (2002) a cultura seria inerente ao Turismo, mas a motivação para o ecoturismo seria o contato com as áreas naturais e não a cultura. Serrano (2001: 226) ao expor as motivações e expectativas do ecoturista evidencia a busca pela “diferença (cultural, ambiental, cotidiana)” além de “informações sobre ambiente/cultura local (sem aspecto formal, necessariamente)”. Ao se referir ao ecoturista, Coriolano vai mais além, classificando-o como um turista especial, ciente do valor da cultura e do modo de vida da localidade que visita, “uma pessoa que em razão da experiência com o meio ambiente dá sentido e conteúdo a sua vida e enriquece sua própria existência” (Coriolano, 2002:52).

Assim, a terceira premissa deste estudo é que a gastronomia de uma localidade se configura como um elemento cultural integrador entre o modo de produção artesanal da comunidade, que faz uso de recursos alimentares advindos dos ecossistemas presentes no território e os interesses dos ecoturistas.

O reconhecimento da cultura local, do que se entende como patrimônio cultural, considerando a opinião da própria comunidade, torna-se relevante para o processo de planejamento do ecoturismo. A gastronomia pode revelar aspectos importantes na

construção de produtos ecoturísticos que reforcem uma identidade ou evidencie certas peculiaridades locais. A perspectiva é que o reconhecimento da cultura do outro gere um movimento de auto-valorização da própria comunidade.

Na linha do desenvolvimento local está em curso, no Estado de Sergipe um projeto da Embrapa Tabuleiros Costeiros intitulado “Desenvolvimento participativo da comunidade Mem de Sá, Itaporanga D’Ajuda –SE” (Curado, 2008). Entre a gama de ações e parcerias, o Instituto Federal de Sergipe-IFS, realiza o projeto “Estudo do desenvolvimento do ecoturismo na Ilha Mem de Sá e Reserva do Caju, Itaporanga D’Ajuda-SE”.

O projeto do IFS se propôs, na fase de diagnóstico, identificar o patrimônio natural, histórico e cultural da Ilha Mem de Sá para auxiliar na consolidação de um plano de desenvolvimento do ecoturismo local. Na Ilha Mem de Sá não há infraestrutura ou operação turística consolidada. Trata-se de uma ilha fluvial, em que há uma comunidade que busca melhores condições de vida, convive e depende dos recursos locais dos rios e manguezais no entorno. As ações de pesquisa e extensão promovidas pelo IFS em parceria com a Embrapa Tabuleiros Costeiros desenvolvem-se desde 2009, na perspectiva de planejamento participativo para o desenvolvimento do ecoturismo como possibilidade complementar de renda para a comunidade.

O ecoturismo no projeto tem o perfil do turismo de base comunitária na medida em que propõe a comunidade Mem de Sá como auto-gestora e empreendedora coletiva das ações ecoturísticas e que atue de forma responsável no sentido da conservação ambiental.

O estudo apresentado aqui, de caráter prospectivo, se insere nesse contexto de um projeto mais amplo, com a proposta de investigar as possibilidades da gastronomia como patrimônio cultural da comunidade e as possíveis ligações com o ecoturismo.

A perspectiva de desenvolvimento do turismo na localidade e a possibilidade de desenvolver projetos com vistas à sustentabilidade permitiram emergir questionamentos, tais como:

1. Quais os produtos gastronômicos considerados típicos na localidade e que elementos são importantes para a identidade cultural da comunidade?
2. Desse patrimônio cultural gastronômico, que relações podem ser estabelecidas com o ecoturismo e que produtos ecoturísticos poderiam ser apresentados aos turistas de maneira a valorizar a identidade local?

O objetivo geral da pesquisa foi identificar as conexões entre gastronomia, identidade cultural e o ecoturismo na comunidade Mem de Sá, em Itaporanga

D'Ajuda-SE. Os objetivos específicos foram: levantar os elementos de identidade cultural da ilha Mem de Sá através de sua gastronomia; e relacionar gastronomia e turismo na comunidade como elementos importantes para o desenvolvimento local.

Os estudos recentes relacionados à gastronomia, enquanto patrimônio, buscam estabelecer uma conexão com outras áreas, a exemplo da antropologia, história, economia, geografia e turismo, fazendo com que as investigações sobre o tema cresçam e ganhem consistência acadêmica.

Um exemplo no que se refere a esta busca pela qualidade científica nos estudos ligados ao tema foi a realização da 3ª edição do Congresso de Gastronomia, que aconteceu de 10 a 13 de agosto de 2010 na Universidade de Brasília, UnB. O primeiro evento em 2004 registrou 67 trabalhos científicos; o segundo em 2007, registrou um total de 73 e até o dia 26/07/2010 para o terceiro evento haviam 203 trabalhos inscritos (CET, 2010).

Sendo assim, a proposta deste projeto está em consonância com os anseios acadêmicos que buscam aprofundar os estudos sobre o tema, que apesar de estar crescendo, ainda são muito escassos e em Sergipe não é diferente. Apesar da existência de um Guia Gastronômico dos Territórios Sergipanos (2010), esta publicação traz uma contextualização histórica e análise da formação gastronômica superficial desses Territórios administrativos, sem se deter a especificidades de cada município e concentrando-se na apresentação de receitas. Vale salientar que das muitas pesquisas realizadas na comunidade, esta é a primeira a abranger esta temática.

2. Patrimônio gastronômico e identidade culinária

A alimentação é uma das necessidades básicas do homem, tão imprescindível quanto o ato de respirar ou beber água, contudo o seu papel vai muito além de uma necessidade biológica da humanidade. “Um complexo sistema simbólico de significados”, segundo Carneiro (2003: 1), que envolve aspectos sociais, sexuais, políticos, religiosos, éticos e até estéticos.

Cerca de duzentos anos atrás, o estudo do fenômeno alimentação passou a ser estabelecido, tendo como base quatro enfoques distintos: o biológico, o econômico, o social e o cultural (Carneiro 2003:3).

Erroneamente a história da alimentação foi confundida por muito tempo com a história de determinados alimentos, no entanto ela não diz respeito somente a este aspecto. Os sabores não são vistos como meros ativadores do sentido do paladar, indicando que determinada coisa é co-

mestível. “O gosto diferenciado é o que caracteriza os diferentes povos e as diferentes épocas de uma mesma cultura” (Carneiro, 2003: 124).

O termo gastronomia foi usado pela primeira vez em 1623 na França, porém somente em 1801, através de um poema de Joseph Berchoux, o termo ganhou notoriedade, passando daí em diante a designar a “boa mesa” Carneiro (2003).

Etimologicamente, a palavra gastronomia vem do grego *gaster* (ventre, estômago), *nomos* (lei) e do sufixo *-ia*, que forma o substantivo. Significa “estudo ou observância das leis do estômago” (Franco, 2001: 35). Desde a Grécia clássica, inúmeros escritores vêm se dedicando a escrever sobre ela.

A gastronomia diz respeito à culinária e às bebidas, aos materiais usados no preparo dos alimentos, aos utensílios que compõem a sua apresentação. Inclui-se também todos os aspectos relacionados à cultura, como por exemplo vestuário, música ou dança que acompanham as refeições. Constituiu-se como a arte de cozinhar, mas que intimamente ligada aos prazeres da mesa, promove uma verdadeira integração dos alimentos e com isso extrai deles o que há de melhor, uma espécie de alquimia que alia cores, odores, sabores.

Ao longo do seu desenvolvimento, o homem evoluiu do nômade caçador ao homem sedentário agricultor, chegando na atualidade a gourmet. De acordo com Franco (2001:17) o homem ao cozinhar descobriu novas propriedades e sabores, “descobriu que podia restaurar o calor natural da caça, acrescentar-lhe sabores e torná-la mais digerível. Verificou também que as temperaturas elevadas liberam sabores e odores, ao contrário do frio, que os sintetiza ou anula”.

Segundo Franco (2001:21), “é impossível precisar quando o alimento, necessidade humana sempre presente, se transformou em prazer da mesa”, mas é fato que a evolução das técnicas de cozinha acompanhou o homem ao longo de sua história e hoje estão plenamente firmadas no comportamento dos homens de várias sociedades e das mais variadas culturas.

O autor acrescenta que a preparação e a partilha das carnes exigiam a reunião do grupo ou da família. Sendo assim, a refeição passou a ser “a ritualização da repartição de alimentos” e tornou-se tão rica em simbologia.

Para Córner (2004:01), a alimentação é fator de diferenciação cultural, uma vez que a identidade é comunicada pelas pessoas também através do alimento, que reflete as preferências, as aversões, identificações e discriminações. Schlüter (2003:32) também afirma que a alimentação seria um fator de diferenciação cultural, mas complementa que “permite a todos os integrantes de uma cultura (sem importar seu nível de renda) manifestar sua identidade”.

Com relação ao turismo, a gastronomia desempenha papel relevante nesta atividade, uma vez que independente do destino e do tempo que o turista ou visitante permaneça no local, ele irá se alimentar, provando muitas vezes da comida do lugar.

Sendo assim, gastronomia e turismo são atividades que não devem ser dissociadas. Algumas regiões aproveitando de suas tradições, cultura e história, utilizam a gastronomia para se divulgar, lançando os roteiros gastronômicos como um produto turístico distinto. Em outros casos, quando o elemento motivador não é a gastronomia criam-se rotas temáticas e culturais que permitem integrar vários elementos em um mesmo produto turístico (Schlüter, 2003).

Além de um atrativo turístico, Grechinsk e Cardozo (2008:5) também consideram a alimentação como um serviço turístico, que traduza a “identidade de uma localidade”

Segundo Costa (2008), acredita-se que a gastronomia e sua relação mais expressiva com o turismo foi intensificada a partir de 1945, no período pós-guerra, graças ao turismo de massa. Acrescenta ainda que os festivais gastronômicos são grandes motivadores para o turismo, além de recursos para reduzir a sazonalidade desta atividade. O autor destaca como um fato importante para a gastronomia no turismo, a exemplo de países de grandes dimensões como o Brasil, a possibilidade de encontrar uma variedade de pratos diferentes e hábitos alimentares distintos em cada região visitada.

O turismo necessita dessa diversidade e das singularidades para sobreviver, pois se todas as culturas, saberes e sabores fossem iguais, não haveria razão de se buscar novos conhecimentos, diante de uma padronização universal.

A diversidade étnica, social e cultural também é encontrada na área gastronômica. Em se tratando do Brasil, pode-se dizer que é “um Brasil de muitos brasis” (Bellini, 2007:9), no qual cada região apresenta suas singularidades, quer sejam advindas das influências da sua colonização, ou fruto do clima, solo e geografia de cada local.

A gastronomia brasileira é rica em cores, saberes e sabores, fruto de uma mistura de ingredientes portugueses - colonizadores, indígenas - habitantes nativos e africanos - trazidos para o trabalho escravo, mais tarde sendo ampliada para outros povos.

Em um país de dimensões continentais, as comidas de cada região diferem muito entre si, podendo ainda ser encontradas particularidades dentro da própria região, mas que coexistem harmonicamente, graças à originalidade e criatividade do seu povo. É em meio a este “caldeirão” que se forma a gastronomia do Brasil.

Sua história tem origem com os indígenas, habitantes nativos e as várias nações que compunham estes povos. A alimentação indígena tinha como alicerce a mandioca, na forma de farinha e de beijos, mas também de frutas, pescado, caça, milho, batata e pirões. Câmara Cascudo (2004: 103) chegou a definir o pirão como “sinônimo da própria alimentação brasileira”. E o divide em dois tipos clássicos, o escaldado e o cozido ou mexido.

Os portugueses trouxeram para o Brasil o requinte alimentar, como afirma Corsi (2006: 52) “com a chegada dos portugueses e sua culinária, temos toda a influência árabe, as proibições da igreja e as ordens religiosas com a sua culinária mais elaborada”. Com eles vieram vários tipos de animais como os bovinos, caprinos, patos, gansos, entre outros. O cultivo de várias espécies também passou a ser adotado no país, como romã, arroz, mostarda, hortelã, cebola, alho, berinjela.

A história do doce no Brasil começa com a chegada dos colonizadores, que utilizavam em sua maior parte matérias primas como o açúcar, ovos, farinha de trigo, leite de vaca e manteiga e que ao chegarem por aqui adaptaram o uso de outros ingredientes locais como a goma de mandioca, o leite de coco e as frutas tropicais.

Uma forte contribuição portuguesa foi o uso dos óleos na culinária, “com o azeite doce, importado das oliveiras e divulgado pelos mouros” (Cascudo, 2004: 242).

Com a chegada dos negros ao Brasil desde o fim do século XVI, vieram também “segredos” da horta e hortaliças, feijões e ervas. Preparavam os alimentos, assando, tostando ou cozendo-os. E para temperar a comida tinham apreço pelas pimentas, espécies diferentes das encontradas nas Américas. Somaram à culinária nacional, elementos como o quiabo, o azeite-de-dendê e o cuscuz. Apesar de em seu livro o cuscuz estar no capítulo Dieta Africana, Cascudo (2004: 190) afirma que: “Certo é que portugueses e africanos vieram para o Brasil conhecendo o cuscuz. Aqui é que ele se fez de milho e molhou-se no leite de coco”.

A grande quantidade de imigrantes recebida pelo país entre os séculos XIX e XX, vindos em grande número da Europa, trouxe algumas novidades ao cardápio nacional e concomitantemente fortaleceu o consumo de diversos ingredientes, com isso absolvendo, transformando e recriando pratos de diversas partes do mundo.

Entre os imigrantes europeus, foram os Italianos - que vieram trabalhar na lavoura de café, após a libertação dos escravos - que mais contribuíram e influenciaram a nossa gastronomia. O macarrão italiano passou a fazer parte da nossa alimentação, juntamente com a farinha, o feijão, o arroz e as carnes.

Além do macarrão, outras massas italianas foram trazidas como a pizza, o nhoque, e a lasanha e outros tipos de comidas, como os risotos e a polenta. Difundiram o sorvete como doce e sobremesa e fortaleceram o gosto pelo queijo.

A gastronomia sergipana é o resultado da junção da culinária indígena, negra e portuguesa e apesar da semelhança com outros estados do nordeste, guarda suas peculiaridades que se refletem nos pratos que têm como ingredientes (Sergipe, 2010).

Esta característica se deve principalmente ao processo histórico de ocupação do território sergipano, que tem início com a chegada dos colonizadores portugueses, seguindo-se da mão de obra escrava dos indígenas e negros. Estrategicamente situado entre os rios Real e São Francisco, Sergipe serviu de corredor para ligar a Bahia, até então primeira sede administrativa colonial portuguesa e Pernambuco, pólo econômico produtor da época.

A semelhança com os estados vizinhos não pode ser observada no que diz respeito ao regionalismo sergipano, verificado na nomenclatura dos pratos. Por exemplo, pé-de-moleque é conhecido como doce de amendoim, mas em Sergipe trata-se de uma espécie de bolo feito com tapioca úmida, coco ralado, leite e açúcar, sendo enrolado em folha de bananeira.

O pé-de-moleque, juntamente com o sarôio, o beiju molhado e o mal casado, fazem parte da herança culinária indígena e africana, nos quais o principal ingrediente é a macaxeira. Eles costumam ser comercializados nas ruas, nos mercados municipais, feiras livres e também em supermercados.

As iguarias típicas do período junino são feitas à base de milho, um importante ingrediente da cozinha sergipana. Com ele são preparados bolos, pamonha, cuscuzes, pipoca. É comum também o consumo dele assado ou cozido. A culinária junina também não foge ao dialeto peculiar, pois o que em outras localidades é chamado de curau, em Sergipe é conhecido por canjica e o que é reconhecido por canjica em outros locais, em Sergipe é chamado de mugunzá.

O pão de queijo, bem diferente do encontrado em Minas Gerais, é um pão recheado com requeijão e polvilhado com queijo ralado. “A carne frita é um ensopado, e os ensopados são guisados (cozidos). A carne assada no óleo é a carne frita” (Abril Coleções, 2009).

A feijoada sergipana é feita com feijão carioquina e legumes variados, como abóbora, maxixe, quiabo e cenoura. Não tem no porco o seu principal tipo de carne, costuma ser preparada com muito charque, turisticamente considerada “uma das atrações gastronômicas mais distintas de Sergipe” (Wen, 2008).

Dentre a diversidade gastronômica que o estado possui, muitas de suas comidas estão ligadas à vida litorânea, aos rios e estuários. O caranguejo

é o crustáceo mais apreciado e utilizado em várias receitas, mas a forma mais apreciada é o caranguejo escaldado em água fervente e servido inteiro, o que proporciona o “ritual de quebra do caranguejo”. O prato costuma ser acompanhado de molho vinagrete. Outras espécies encontradas no manguezal são muito apreciadas, como o siri, que pode ser utilizado na casquinha de siri e o guaiamum, que é cozido e acompanha o pirão.

A oferta dos chamados frutos do mar é reforçada pela grande quantidade de peixes, sobretudo os de água doce, proveniente dos rios, principalmente o Real e o São Francisco. E é dos rios que vem uma outra iguaria - o pitu - uma espécie de camarão grande e que lembra a lagosta.

Os coqueiros da orla sergipana fornecem o fruto mais utilizado na confecção dos pratos nas cidades litorâneas. O coco realça o sabor dos alimentos e é devido a esta capacidade de se misturar a distintos sabores e aromas que ele está presente na elaboração de pratos doces e salgados, como moquecas, ensopados, peixadas, caranguejadas, mariscadas, vários tipos de cocadas, mingaus, bebidas e nos tradicionais pratos das festas juninas (mugunzá, canjica, pamonha), além de ser consumido in natura através da água do coco verde, rica em sais minerais. Sua presença abundante na paisagem o torna uma das bases de sustentação da economia local (Abril Coleções, 2009).

Embora a cozinha sergipana tenha nos pescados o forte de sua matéria prima, a carne do sol é um prato que não pode ser esquecido. Feita com coxão mole, coxão duro ou patinho, “a carne do sol, um dos pratos do médio sertão, é resultante do processo mais antigo de conservação dos alimentos – a adição do sal” (Sergipe, 2010: 19). Ela pode ser assada ou frita na manteiga de garrafa e servida com pirão de leite, feito com leite, margarina ou manteiga e farinha de mandioca. Pode ainda ser servida com macaxeira cozida.

3. Patrimônio cultural e identidade cultural

A gastronomia faz parte dos vários bens que compõem o patrimônio cultural de um povo, que não é formado somente por suas manifestações materiais, a exemplo dos monumentos, documentos, lugares históricos, sítios arqueológicos ou obras de arte. Ele é formado também pelas manifestações imateriais, como as representações religiosas, festivais de música, cinema, teatro, artesanato, manifestações populares, lendas. Nesta categoria – patrimônio cultural imaterial (intangível) – a gastronomia se enquadra, pois ela envolve o mais íntimo de um povo, sua essência.

A Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura – UNESCO, define como

Patrimônio Cultural Imaterial “práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural” (UNESCO, 2003:4).

Em todas as partes do mundo, grupos e indivíduos recebem conhecimentos dos que os antecederam e também transmitem conhecimentos para os seus sucessores, promovendo assim a manutenção das suas expressões de vida, recriadas pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, fundamentos da vida comunitária. Tais atitudes geram um sentimento de identidade, pertença e desejo de revitalização, contribuindo assim para a consolidação do respeito à pluralidade cultural e à criatividade humana (UNESCO 2003).

Cada vez mais está sendo reconhecida a necessidade de promover e proteger a memória e as manifestações culturais representadas em todo o mundo. É uma tentativa de revitalizar essas culturas e garantir a sobrevivência desta pluralidade entre os povos de cada comunidade e por conseqüência a sua identidade, uma vez que as constantes transformações sofridas através da globalização, como também a multiplicação dos portadores destas memórias acabam por tornar de certa forma o patrimônio cultural imaterial um tanto vulnerável, por isso a comunidade internacional adotou a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial em 2003 e desde então vem estimulando a sua aplicação por todo o mundo.

O Patrimônio se revela como base da história, da memória, do referencial de um povo, criando assim uma identidade cultural, por isso, “da própria comunidade deve surgir a decisão do que deve ser preservado dentre seus produtos culturais” (Neves, 2003: 53).

Para Martins (2003: 42), identidade é esse “sentido de pertencer que as pessoas trazem enquanto seres simbólicos que são. Esse ser de algum lugar pertence a algum grupo, sente afinidade com algo que lhe resgata como seu”.

A identidade cultural vista como um conjunto de elementos que representa as relações entre indivíduos e grupos, que envolve o compartilhamento de patrimônios comuns como a língua, a religião, as artes, o trabalho, os esportes, as festas e tantas outras manifestações como a própria gastronomia, reforça a simbologia no compartilhamento dos valores, da história e das relações sociais entre os membros de uma sociedade, estabelecendo-se assim uma comunhão de ideologias.

O patrimônio material ou imaterial sinaliza aquilo que se construiu, por uma comunidade,

como símbolo duradouro e reflete o passado e o presente (Acosta, 2011:104).

Entretanto, os critérios que determinam o que venha a ser patrimônio, pelo poder público por exemplo, não consideram necessariamente a interpretação da comunidade. Nesse sentido a presença do Turismo poderia reforçar o caráter tendencioso do que se deseja mostrar ao visitante, independente das motivações da comunidade para se elencar o que seria patrimônio cultural, como sugere Aréyzaga (2011). Nessa linha de pensamento, neste estudo, reforça-se a importância da participação da comunidade na construção do que seja patrimônio de sua localidade.

A dinâmica da cultura de um povo mistura tradição e criação. A tradição na gastronomia está associada ao saber de certa comunidade vinculada aos recursos naturais da região e seus ciclos. A criação envolve invenção, experimentação e dessa maneira “tem a marca do passado, da história, da sociedade, do povo e da nação à qual pertence” (Leal, 1998: 8). Assim, a realidade em que se insere a cultura de um povo não pode ser entendida como estática, imutável, pelo contrário, é dinâmica (Vierler, 1999). Isso amplia a complexidade da relação turismo e cultura de uma localidade, pois quando se busca valorizar a identidade cultural através do turismo, sabe-se que as trocas de informações, as interações entre turista e comunidade receptiva, geram novas dinâmicas materiais e imateriais.

4. Metodologia

Delimitou-se as principais fontes de informações prévias na comunidade, com o apoio da Embrapa Tabuleiros Costeiros, estabelecendo-se diálogo com líderes comunitários, para identificar moradores mais antigos, conhecedores da realidade local e estabelecer então, uma rede de relações.

Por meio de uma sensibilização realizada na comunidade e executada pelo grupo de Pesquisa, Educação e Ecoturismo do IFS, foi mantido o diálogo prévio com os líderes comunitários. A própria comunidade presente no encontro elencou nomes de algumas moradoras identificadas como “boas cozinheiras” e conhecedoras das tradições locais.

A pesquisa de campo evoluiu a partir de entrevistas com roteiro estruturado e aberto, objetivando coletar informações sobre aspectos socioculturais e econômicos da ilha Mem de Sá, relacionados à gastronomia. A seleção das moradoras – nove (9) entrevistadas – foi definida a partir das relações estabelecidas durante a sensibilização citada.

Promoveu-se a identificação das iguarias típicas, de interesse ou com potencial para a composição de um produto turístico. Para isso foi aplicada a

metodologia de inventário turístico, elaborado a partir do preenchimento de um formulário denominado Inventário do Patrimônio Imaterial – Gastronomia, que constam informação, descrição, caracterização e relevância da oferta turística, baseada em BENI (2006); Manual do Pesquisador - Inventário da Oferta Turística: instrumento de pesquisa/ Ministério do Turismo (BRASIL, 2006) e Inventário Cultural da Secretaria de Estado da Cultura do Paraná (2010).

Extraíu-se dos formulários do inventário algumas informações que foram sistematizadas neste texto, tais como as classes de iguarias. Estas foram apresentadas numa tabela considerando-se os pratos como variáveis. Apresentou-se algumas falas das moradoras da Ilha Mem de Sá entrevistadas que contribuíram para a discussão sobre peculiaridades da gastronomia local, seja no modo de preparo, nas técnicas e equipamentos ou nos produtos utilizados, percebendo ainda algumas modificações e influências.

Buscou-se por fim conduzir uma análise que permitiu sinalizar para uma integração entre gastronomia, patrimônio gastronômico no contexto do patrimônio cultural imaterial, identidade local e possibilidades para o desenvolvimento do ecoturismo na localidade, face às ações em curso do IFS e da Embrapa Tabuleiros Costeiros.

Cabe destacar que as receitas dos pratos foram preservadas e pretende-se criar posteriormente uma publicação em co-autoria com as cozinheiras da Ilha.

5. A Ilha Mem de Sá e sua comunidade

A comunidade Mem de Sá é um povoado da cidade de Itaporanga D'Ajuda, localizada a 29 Km de Aracaju, com cerca de 30.419 habitantes faz parte do Estado de Sergipe, com cerca de 739,922 km² de área (IBGE, 2011). A história do município teve início com o grupo indígena liderado pelo cacique Surubi que chegou com seu povo à procura de melhores condições de vida. Lá chegando, batizou o rio que acompanhava o adensamento florestal de Irapiranga que mais tarde os portugueses rebatizaram de Vaza-Barris (Itaporanga D'Ajuda, 2010).

O povo de Surubi, na localidade, chamou de Itaporanga vocábulo de origem tupi que pode ser traduzido por pedra – bonita (ita-pedra, poranga-bonita).

A Ilha Mem de Sá é um povoado pertencente a este município. Ilha fluvial do Rio Paruí, afluente do Rio Vaza-Barris, localiza-se em 37° 12' 59" W e 11° 06' 07" S. Distancia-se 23 km da sede municipal e 53 km da capital sergipana. O acesso a esta comunidade pode ser feito através da rodovia BR-101 que liga Aracaju a Itaporanga. Essa permite o acesso a SE-204, Rodovia Humberto Mandarin, que liga a sede municipal ao Assentamento Darci Ribeiro, onde é realizada a travessia fluvial no Rio Paruí até a ilha.

Um outro acesso é possível através da Ponte Jornalista Joel Silveira, localizada no povoado Mosqueiro, chegando a SE-100, no Povoado Caueira em Itaporanga, seguindo pela SE-204, destinando-se ao Assentamento citado anteriormente.

A Ilha Mem de Sá situa-se em região estuarina, caracterizada por ecossistemas de baixada litorânea, com fragmentos de Mata Atlântica - restinga e manguezal – proporcionando paisagens atrativas ao turismo, não deixando de mencionar que historicamente tal ambiente proporciona aos moradores da Ilha a possibilidade de captura do caranguejo e outros crustáceos, além da pesca, da caça e do lazer. “Esse aspecto mostrou uma profunda interação dos moradores com os ecossistemas locais” (Souza, Braghini, Araújo, 2010: 238). As manifestações culturais como Samba de Coco, Reisado, Festa do Caranguejo, Festa de Santa Luzia e a própria gastronomia local também são elementos importantes e que despertam o interesse nos visitantes.

Apesar do clamor pela existência de um potencial turístico, a localidade ainda não está estruturada para receber turistas, embora exista um fluxo irregular de visitantes, especialmente nos fins de semana, para beber e banhar-se em algumas praias fluviais. Não há bares ou restaurantes que prestem serviço de forma regular durante a semana, para isso é necessário um contato prévio a fim de que a alimentação seja providenciada. Os visitantes advêm do entorno da ilha, predominantemente brasileiros, na maioria das vezes pesquisadores e estudantes, exceto no evento da Festa do Caranguejo, que atrai pessoas de vários municípios sergipanos, bem como visitantes de outros estados, geralmente amigos de alguém que já conheça a região, pois não existem roteiros estabelecidos para a ilha. A Festa do Caranguejo tem um apelo gastronômico na sua origem, mas atualmente tem o perfil de um evento comercial com bandas de música de outras localidades.

Na proximidade e com vínculo histórico existe a Reserva Particular do Patrimônio Natural (RPPN) Fazenda Caju, ao lado do Campo Experimental de Itaporanga e mantido pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa Tabuleiros Costeiros). Esse elemento sugere a possibilidade de se integrar atividades ecoturísticas entre unidade de conservação e comunidade da Ilha Mem de Sá.

A Ilha é composta por aproximadamente 72 famílias que sobrevivem da pesca e do aproveitamento de alguns produtos a exemplo do coco, entretanto, é através da captura de mariscos e de peixes que eles realizam a principal atividade econômica para garantia do próprio sustento e das

famílias. Esta prática desenvolveu-se ao longo dos anos e é impregnada de “saberes ambientais” que merecem e precisam ser preservados.

A comunidade da Ilha Mem de Sá possui em suas práticas econômicas, forte interação com a natureza. A extração de recursos naturais constitui a base de sua fonte de renda, o que ocorre desde o início da ocupação deste território.

As mulheres da comunidade possuem uma grande expressão e estão intimamente ligadas às discussões de melhorias e transformações da realidade por elas enfrentada, no entanto, retratando o ambiente pesqueiro, as lideranças das famílias são relações de poder masculinas. No tocante às divisões sociais, “a pesca apresenta-se como atividade tipicamente masculina, enquanto a mariscagem (a pesca e cata ou descarte dos mariscos) é atividade predominante das mulheres” (Aragão; Curado; Souza, 2010:9), destacando-se como objeto da mariscagem a captura de caranguejo aratu (*Goniopsis cruentata*). De acordo com os autores, 63,6 % do cônjuge do chefe da família por eles entrevistados se intitulam marisqueiras.

O mesmo estudo indicou que a atividade pesqueira na ilha é realizada principalmente em canoas motorizadas, mas o uso de transportes a remo ainda existe. O desembarque dos pescados acontece nos pequenos portos espalhados ao redor da ilha.

A variedade de espécies capturadas pelos pescadores da Ilha inclui peixes, crustáceos e moluscos (Quadro1), que se configuram, também, em fontes de proteínas da população.

Quadro 1 – Variedade de espécies capturadas pelos pescadores da Ilha Mem de Sá

Nome popular	Espécie
Carapeba	<i>Diapterus rhombeus</i>
Robalo	<i>Centropomus paralellus</i>
Tainha	<i>Mugil curema</i>
Vermelha	<i>Lutjanus sp.</i>
Caranha	<i>Lutjanus griseus</i>
Aratu	<i>Goniopsis cruentata</i>
Camarão	<i>Xiphopenaeus kroyeri (Heller)</i>
Caranguejo-uçá	<i>Ucides cordatus</i>
Siri	<i>Callinectes sp.</i>
Sururu	<i>Mytella sp.</i>
Ostra	<i>Crassostrea rizophorae</i>

Fonte: Adaptado de Junior, I. P. S. et al, 2008.

A variedade de espécies citadas não é de exclusividade da localidade e podem ser encontradas em várias partes do litoral brasileiro.

6. Gastronomia da comunidade da Ilha Mem de Sá e o ecoturismo

Uma das propostas deste estudo foi a identificação dos produtos gastronômicos típicos desta comunidade, eleitos pela população como representantes da sua identidade cultural e observando-se a relação existente entre os saberes e os fazeres da comunidade da Ilha Mem de Sá.

A partir das entrevistas com as moradoras “cozinheiras” percebeu-se que a base dos pratos considerados típicos concordam com os dados do quadro 1, fundamentam-se no crustáceo aratu, advindo dos manguezais na ilha e no entorno; em peixes como a tainha - comum nos estuários - arraia, robalo, vermelha e carapeba – ambos marinhos. Pode-se afirmar então, que seus pratos típicos estão intimamente ligados à pesca artesanal, principal fonte de renda e que faz dos “frutos do mar” a base desta alimentação da comunidade (Tabela 1).

Tabela 1 – Variedade de pratos típicos e iguarias da Ilha Mem de Sá

Categorias	Variedade
Pratos Típicos	Feijão de Coco Tainha ao forno Ensopado de aratu Moqueca de arraia moqueada Moqueca de peixe Moqueca na folha Fritada de aratu Moqueca de peixe moqueado
Iguarias Regionais Doces	Doce de goiaba em calda Bolachinha de goma Mudinha Baba de moça Goiabada caseira Cocada cortada
Iguarias Regionais salgadas	Tortas Pastéis
Frutas	Caju, mangaba, coco, goiaba, acerola, banana, tamarindo, maracujá, cana, jenipapo, jaca, seriguela, e a manga encontrada em maior quantidade.

Fonte: Os autores – Inventário Gastronômico (2011).

A categoria Iguarias salgadas – pastéis e tortas – não compuseram a inventariação, pois não foi identificada como uma prática freqüente e tradicional daquela população. Mesmo fazendo uso de produtos locais para os recheios, um número mínimo de pessoas costuma produzi-las, geralmente em período de festa. Dentro das variedades citadas, os demais pratos são produzidos pelas diversas famílias.

O feijão de coco é um dos pratos favoritos dos moradores. De composição simples, leva apenas feijão, coco e sal. É consumido em qualquer época do ano, mas é no período da semana santa que ele ocupa lugar em todas as mesas da comunidade. Pode ser acompanhado por ostra assada, aratu, caranguejo e siri cozidos e o molho vinagrete. A maioria prefere não comê-lo com moquecas ou ensopados. Uma curiosidade sobre este prato é que originalmente ele era produzido com açúcar e uma leve pitada de sal, no entanto, hoje a maioria da população prefere sem o açúcar, apenas com o sal.

A tainha é o peixe encontrado em maior quantidade na região e pode ser preparada das mais diversas maneiras. Além de assada ao forno, pode ser frita, grelhada ou sob forma de moqueca. O aratu é o crustáceo mais abundante e que se transforma no tradicional ensopado, apreciado por moradores e visitantes. Com a mesma base de temperos utilizados para a moqueca de peixe e o ensopado de aratu, que são cebola, tomate, coentro, extrato de tomate, além do leite de coco, é possível fazer outros ensopados, a exemplo do siri, caranguejo, sururu ou ostra.

A moqueca de peixe é uma das iguarias eleitas por aqueles que vivem na comunidade e que reconhecem nos seus hábitos alimentares um pouco da sua história. A moqueca de arraia moqueada é outro prato local, que difere da moqueca anterior pela prática do moquém, técnica indígena que em 1557-1558 já era retratada. De acordo com Jean de Lary apud Cascudo (2004: 86) a técnica envolve a construção de uma grelha de madeira a partir de forquilhas de pau enterradas profundamente, “enquadradas à distância de três pés e a altura de dois pés e meio; sobre elas assentam varas com uma polegada ou dois dedos de distância uma da outra”. Sugere-se ainda acender o fogo “lento e baixo”, sem gerar fumaça.

De uma forma menos elaborada que a relatada por Cascudo, a comunidade acende um fogo simples, com três ou quatro blocos ao redor para que possa apoiar a grelha. Após a formação da brasa o peixe que está devidamente limpo e temperado apenas com sal, é colocado sobre a grelha para moquear. Há ainda os que dispensam o uso da grelha e fazem o moquém diretamente sobre as brasas, mas em ambas as formas existe a preocupação de não produzir fumaça em excesso.

Para transformá-lo em moqueca, o peixe que foi moqueado é ligeiramente lavado, colocado em uma panela juntamente com os temperos e o leite de coco, mexendo sempre para não empelotar.

As moradoras ressaltam que tanto a moqueca de peixe tradicional quanto a moqueada podem ser preparadas com peixes variados: arraia, tainha, vermelha, robalo, entre outros.

Muito procurada como tira gosto, a Moqueca na Folha é um dos pratos de maior expressão na Festa do Caranguejo, realizada pela comunidade todos os anos no mês de dezembro. A moqueca de aratu ou de peixe pequeno é feita de forma mais seca, para que possa recheiar a folha de bananeira ou patióba. Depois as extremidades são amarradas com folha de pindoba, dando um formato de bala e são levadas para assar na grelha. De origem indígena, a Moqueca na Folha, foi citada por Cascudo (2004: 150) como “descendente direta da técnica quinhentista, com as alterações que o tempo foi sugerindo”.

A fritada de aratu é mais um dos pratos que compõem a tradição alimentar da comunidade Mem de Sá. Seu recheio pode ser substituído por siri, caranguejo, ostra ou sururu.

Observou-se que as duas frutas que predominam na ilha são o coco e a manga. Ao se analisar a comunidade Mem de Sá sob a ótica dos avanços tecnológicos, econômicos e políticos, percebe-se que certas práticas e tradições continuam sendo mantidas, preservando o que se pode chamar de identidade cultural, porém não de modo inflexível, intocável, mas de forma aberta à própria dinâmica da cultura, sem perder suas características.

O fogão a gás pode ser utilizado como exemplo, pois o uso do mesmo trouxe maior agilidade e comodidade às moradoras, contudo o hábito de utilizar o fogo à lenha ainda existe, só que em menor proporção, mas ainda assim, promovendo a manutenção da tradição e também de certa forma uma economia doméstica. Outro caso, é o uso de utensílios como a panela de barro e os tachos para fazer doces, que apesar de terem cedido um maior espaço para as painéis convencionais de alumínio, ainda sobrevivem. De fato, o que se pode observar é que independente do utensílio ou da forma utilizada para se extrair o calor e promover a cocção, a técnica de preparo dos alimentos permanece a mesma.

Há aspectos gastronômicos próprios que estão inseridas no modo de vida de um povo. Durante o diálogo mantido com as entrevistadas foram observados modos peculiares nas maneiras de preparação dos pratos. São técnicas rústicas, utilizadas por elas ao longo da vida, repassadas de geração em geração ou até mesmo apreendidas durante o trabalho “em casas de família”.

Por mais simples que possam parecer, cada nova informação adquirida foi ajudando a compreender melhor o cotidiano dos moradores da Ilha. As singularidades pertinentes à preparação dos pratos surgiram aos poucos, a cada visita à Ilha foi possível granjear dados para a pesquisa.

A entrevistada Maria Domingas, mais conhecida como dona Pequena, explicou que para ela cozinhar na panela de barro “dá um outro sabor a comida”. Para a moqueca de arraia ela possui uma dica importante para que fique com um sabor agradável. Quando a arraia preparada está fresca ela não leva cominho, pois o condimento altera o sabor. Esta prática foi confirmada por outras entrevistadas no que se refere a qualquer tipo de peixe fresco, acrescentando ainda que o alho também é outro tempero evitado nos peixes frescos.

Ao contrário das moquecas de muitas regiões, que sob a influência da culinária baiana fazem uso do azeite de dendê, as cozinheiras da ilha preferem usar o colorau (urucum industrializado) e o extrato de tomate para dar sabor e coloração ao prato.

Vicentina dos Santos é uma alagoana que vive há 14 anos na ilha. Sua adaptação ao modo de vida local e aos hábitos alimentares da ilha são comentados não só por familiares, mas por outros membros da comunidade. As técnicas aplicadas foram aprendidas por lá com a sogra e a cunhada. Sobre o feijão de coco, comenta que a chegada da energia elétrica trouxe mais comodidade e agilidade no preparo dos alimentos, pois o uso do liquidificador contribuiu para isso, mas nada comparado ao sabor do feijão amassado no pilão.

Dona Maria Leda Pinto conta que antigamente o fato de tudo ser feito à lenha, não impedia que determinados pratos fossem produzidos. A fritada de aratu por exemplo, que possui como recheio este crustáceo e uma massa feita à base de clara de ovos batida em neve, que precisa ir ao forno, era despejada em uma frigideira, depois tampada e levada ao fogo. Para que ela ficasse assada, a tampa também era coberta com brasas.

A moradora Elenildes Cardoso relata uma forma diferente de moquear os peixes. É necessário fazer uma fogueira de coco seco para assá-los. São cocos que não se desenvolveram e que secam naturalmente no coqueiro e depois caem, a comunidade costuma dizer que estes são os cocos que “pecam”. Depois da brasa formada põe os peixes sobre a grelha. Lembra também que na época em que era criança, devido às condições precárias vividas pela população, a existência de muitas “verduras” era desconhecida: “o povo nem conhecia batatinha, se plantava muita batata doce, inhame e macaxeira”. Os temperos eram pouco utilizados, mas tinha o cominho em sua forma bruta, alho, cebola e para dar a pigmentação avermelhada na comida recorriam

ao “açafior” (urucum), que era posto na água morna para liberar a tinta que depois era adicionada na moqueca. Atualmente fazem uso do corante industrializado.

Em uma das entrevistas, dialogando com Maria Ramos consagrada na ilha por seus doces, a dona Mariazinha como é mais conhecida, falou que se durante o preparo do doce de goiaba chegar alguém de “sangue ruim”, o doce começa a pular na panela e fica difícil dar o ponto certo. Uma das superstições que fazem parte da cultura dos moradores da ilha, que sem nenhuma outra explicação científica, é disseminada para os filhos, netos e bisnetos.

Dona Mariazinha também utiliza outras matérias-primas para fazer os seus doces, a exemplo do leite e da banana, mas foram as cocadas de diversos tipos, principalmente a Mudinha, uma cocada de formato arredondado, feita com coco cortado em tirinhas que a ajudaram durante muitos anos a complementar o sustento da família, por meio da comercialização desses doces. Hoje aos 64 anos e já aposentada, costuma apenas prepara-los para o consumo familiar.

Além dos doces, dona Mariazinha também é reconhecida na comunidade por fazer as famosas bolachinhas de goma, prática que foi alterada, pois com o fechamento da casa de farinha não era mais possível extrair da mandioca o polvilho doce ou tapioca, como é mais conhecida a matéria-prima das bolachinhas. Saudosa da época em que produzia as bolachinhas, ela contou que costumava assá-las no fogo à lenha. Para isso, colocava três blocos no chão, fazia o fogo no centro e quando este estivesse aceso, mas com poucas chamas colocava uma espécie de latão e a forma com as bolachas sobre ele. A preocupação com a questão da intensidade do fogo se deve ao fato de que com o fogo alto a bolachinha poderia adquirir um aspecto de assada rapidamente, mas por dentro continuaria crua.

No decorrer da pesquisa de campo foi perceptível a questão da manutenção das tradições da comunidade. Um povo simples, que embora não seja detentor de grandes teorias acerca do que seja patrimônio cultural, identidade cultural, na prática fazem uso dos seus conceitos e conseguem se reconhecer nas suas tradições folclóricas, religiosas ou gastronômicas. Eles compartilham entre si histórias, valores e costumes, alguns desses últimos com alterações sofridas, como o uso do fogão a gás, ao invés do fogo à lenha, o uso do liquidificador ao invés do pilão ou a panela de alumínio em substituição à panela de barro, o que não descaracteriza a essência das suas práticas. Ao contrário, isso destaca o caráter dinâmico da cultura como expõe Viertler (1999) e a atividade turística poderia enriquecer sua prática, desvelando essas modificações ou proporcionando vivências gastronômicas nos moldes anteriores.

No questionamento inicial sobre a relação entre o patrimônio gastronômico e as possibilidades com o ecoturismo proposto para a localidade, observou-se que os pratos típicos, aliados a melhorias na apresentação, integrando cuidados com a higiene e conservação dos alimentos, permitem agregar valor aos serviços oferecidos na Ilha.

A gastronomia é um patrimônio cultural, elemento marcante na identidade cultural, uma ação que liga a comunidade a sua história e a presença do turismo pode contribuir também para esta preservação, quando incorpora aos seus roteiros e nas atividades práticas de vivências, o saber fazer da comunidade, que pode ser representado na confecção de uma rede de pesca, na produção de um doce ou na captura do aratu, mantendo assim a identidade local e a preservação dos costumes.

O reconhecimento das origens e influências dos pratos oferecidos enriquecem a experiência do visitante e dos próprios moradores. A geração de material informativo, ilustrado sobre essa história e as receitas, produzidas em co-autoria com os moradores da Ilha permitem valorizar e materializar a cultura local. Outra estratégia interessante seria proporcionar a experiência ao turista na elaboração e degustação de pratos à moda antiga, associadas ao cotidiano e história local.

No âmbito dos eventos que envolvem manifestações culturais e religiosas a gastronomia está presente e uma das possibilidades para uma experiência ao visitante seria a Festa do Caranguejo, que poderia ter um momento de resgate da sua origem, que congregava moradores e parentes visitantes, numa prática de cata do caranguejo, preparo e consumo.

Um desejo expressado pela comunidade no processo de planejamento participativo e que se enquadra perfeitamente nesses moldes anteriores de vivência é a reativação da casa de farinha, tão importante para o produtor rural, pois o cultivo da mandioca seria resgatado e com ele a obtenção de outros produtos derivados, como a própria farinha, alimento imprescindível na mesa do nordestino, a puba e a tapioca (matéria-prima das bolachinhas de goma). Ao turista seria proporcionado conhecer de perto como e onde se produz a farinha, ver o local onde o homem do campo, tal qual um alquimista promove a transmutação dessa raiz, fazendo uso de técnicas que lhe foram transmitidas de geração em geração, sedimentadas com o passar dos anos e que exigem a colaboração de vários membros da família para a execução, desde o plantio, a colheita, a raspagem, a lavagem, o ralar das raízes, enfim todo o processo existente na fabricação da farinha. Há ainda a integração entre os moradores, pois a casa de farinha é de uso coletivo.

Uma vez que o povoado é uma ilha e que a pesca é a principal fonte de renda, a potenciali-

zação da gastronomia pode gerar o consumo de mercadorias da própria localidade, valorizando os produtos tradicionais, o mesmo pode-se dizer da agricultura, no qual vários cultivos poderão ser retomados ou outros poderão ser inseridos, valorizando também o papel do produtor rural, como o cultivo da mandioca já citada. Outro exemplo é o coco, fruto, comercializado por eles nas feiras, geralmente para ser ralado e utilizado na culinária, no entanto a água de coco é raramente oferecida aos visitantes e é muito apreciada pelos turistas em toda a região Nordeste do Brasil. A produção de artesanato vinculado ao coco não é algo típico na localidade, entretanto pode-se consolidar uma produção artesanal nesse sentido, como forma complementar de renda. A manga é a fruta mais comum na Ilha e pode ser melhor utilizada, através sucos e doces, aproveitando as iniciativas e apoio da própria Embrapa Tabuleiros Costeiros que busca incentivar essa produção local, além do cultivo de quintais, visando a diversificação e melhoria da qualidade nutricional dos moradores.

A existência de lendas e mitos locais pode ser utilizada como um recurso a mais para prender a atenção dos turistas ou visitantes, pois segundo Russo (2005: 237) essas práticas “são as que explicam melhor os processos da ocupação humana nas regiões”.

As atividades do ecoturismo também podem servir como forma de resgate dos saberes tradicionais, utilizando como recurso “mediadores culturais”, no sentido de Russo (2005), advindos da própria comunidade para servirem como monitores locais. Essa prática que está sendo implantada na Ilha já teve o seu primeiro grupo de monitores locais formado.

Durante o curso de formação desses monitores ou condutores locais, realizado em 2012, foi proposta como avaliação final a formatação de um roteiro construído pela própria comunidade. Esta por sua vez montou um roteiro com passeio de barco no entorno da ilha, incluindo a visita aos manguezais para a própria contemplação do bioma, como também a observação do ritual de cata do aratu. Essa captura é feita principalmente pelas mulheres da localidade, que com o auxílio de uma lata vão emitindo sons e cantarolando músicas, promovendo uma espécie de “encantamento” que facilita a cata do crustáceo.

A proximidade da RPPN do Caju, antiga Fazenda do Caju, potencializa o papel do condutor local da Ilha Mem de Sá e permite pensar em integrar a visitação na unidade de conservação com serviços dos comunitários, incluindo a alimentação.

Cabe destacar que a demanda crescente gerada pela dinâmica do turismo implica ampliar o impacto sobre os recursos locais e o risco de conflitos entre

visitantes e comunidade. A opção pelo ecoturismo que está sendo proposto e desenvolvido na Ilha Mem de Sá tem o comprometimento com o planejamento, a conservação ambiental e valorização da identidade cultural. Esse processo tende a gerar uma dinâmica positiva, na medida em que os benefícios e os conflitos trazidos pelo turismo sejam divididos, discutidos e resolvidos pela própria comunidade de forma autônoma.

Todas estas práticas devem ser direcionadas a preservar o saber fazer do povo, transmiti-lo às gerações futuras mantendo o comprometimento com um desenvolvimento local. Esta relação precisa envolver a comunidade em um contexto de integração, desenvolvimento, manutenção e preservação dos recursos naturais e culturais, visando o beneficiamento da mesma e de suas atividades econômicas.

Conclusão

O ecoturismo configura-se como uma modalidade que se enquadra no anseio da comunidade da Ilha Mem de Sá, que deseja abrir-se para esta atividade, mas de uma maneira em que seus costumes, hábitos, tradições e tranqüilidade ainda sejam mantidos. A possibilidade de reunir conhecimento nativo como atrativo turístico proporcionaria à comunidade e aos visitantes o compartilhamento de informações e experiências.

A singularidade da Ilha Mem de Sá está associada a vários fatores no espaço e tempo: ao aspecto natural de uma ilha fluvial, litorânea, com entorno de manguezais e áreas rurais; a um cenário rural; à presença de uma comunidade com saberes e fazeres ligados à pesca artesanal, que vive em certo distanciamento do centro urbano do município de Itaporanga D'Ajuda; à proximidade de um atrativo turístico recente de Aracaju, a Orla Por do Sol; aos problemas comuns de saúde, educação e acesso a serviços; aos conflitos inerentes ao convívio entre diferentes crenças religiosas; aos interesses distintos entre as diferentes faixas etárias; às perspectivas escassas de oportunidades de trabalho e renda para jovens.

A gastronomia na Ilha Mem de Sá, portanto, é apenas um dos elementos culturais que se integra aos aspectos citados, aliando-se aos recursos pesqueiros existentes, ao modo de fazer os pratos como herança, que remonta uma regionalidade e influências portuguesa, indígena e negra, adaptadas aos utensílios domésticos disponíveis e possíveis em função do acesso à energia elétrica.

Em suma, a gastronomia é um elo de ligação entre: o novo e o antigo; as possibilidades de oferecer renda aos moradores e o desejo de visitantes de

ter experiências e adquirir ou trocar conhecimentos; a necessidade de manter seus hábitos e a de incorporar técnicas e procedimentos para atuar no ecoturismo; a exploração de recursos para sua sobrevivência e a preocupação com a manutenção desses recursos ao longo do tempo; a história pessoal e identidade da comunidade.

A conclusão de cada etapa das atividades desenvolvidas na ilha pelo IFS, e mais ainda os resultados alcançados, a exemplo do roteiro citado acima, trouxe mais certeza que a comunidade está acolhendo as propostas lançadas pelo grupo de pesquisa, usando-as como referência, mas ela própria aprendendo a se reconhecer e a eleger suas prioridades e anseios.

Atualmente, o projeto em que se insere esse estudo está em fase de consolidação de um plano de desenvolvimento do ecoturismo. Este busca articular diversos atores sociais para viabilizar o ecoturismo de perfil comunitário. Paralelamente, estão sendo geradas ações de extensão no sentido de consolidar roteiros e serviços para compor um produto ecoturístico com qualidade e responsabilidade e que sirva de referência para a própria comunidade, envolvendo aqueles que estão investindo seu tempo e esforço em prol do turismo e também, aos donos de bares e prestadores de serviços existentes.

É inegável que a gastronomia vem ganhando espaço como atrativo e criando inúmeras possibilidades para aqueles que souberem lidar com este nicho do mercado, já que contribui para a oferta de postos de trabalho e por consequência uma melhoria de remuneração das áreas a ela ligadas. Espera-se que a comunidade possa através das suas potencialidades e do ecoturismo, desenvolver ferramentas que resgatem as tradições locais e também possa promover a sua sustentabilidade, não apenas no aspecto econômico, mas uma sustentabilidade sob o olhar da preservação ambiental, da valorização e preservação do patrimônio cultural e a partir desses pressupostos promover também uma geração de renda.

Almeja-se ainda que este trabalho possa contribuir com a comunidade local, apontando alternativas que possam ser postas em prática na localidade, com os gestores públicos e com a academia, servindo como base para futuras pesquisas na área, sobretudo a gastronômica, ainda tão carente de publicações, mas que apresenta grande potencial.

Organizar mejor en general. El titulo habla de 'desarrollo' y lo que hay ES un inventario de recursos para desarrollar sin decir como. Plantea unas preguntas de interes pero no los contesta. Promete pero habria que quitar mucha paja e ir mucho más AL grano. Coriolano tiene, y me

consta, mucho trabajo más específico hecho sobre La región que no se ha citado. Hay que ir a las fuentes directas de las citas (UNESCO etc.) y, en general, Identificar mucho más las singularidades tales como lo expresan las/los comunitarios . Reorganizar.

Resposta:

Reorganizamos o texto como um todo, tornando-o mais coerente e consistente com as sugestões e críticas apontadas pelos avaliadores. Tentamos responder a questionamentos expressos que não eram claramente respondidos no artigo inicial.

Bibliografia

Abril Coleções.

2009 Sergipe e Piauí/Editora Abril (Coleção Cozinha Regional Brasileira; v:17). São Paulo: Abril Acosta, Elias Z.

2011 “Sobre patrimonio y desarrollo. Aproximación al concepto de patrimonio cultural y su utilización en procesos de desarrollo territorial”. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 9(1), p101-113. ISSN 1695-7121. Disponível na internet em: www.pasosonline.org/Publicados/.../PS0111_09. Acesso em 10/03/2011.

Aragão, Miria C. O.; Curado, Fernando F.; Souza, Rosemeri M.

2010 “Relações socioambientais na comunidade pesqueira Mem de Sá, Sergipe”. Disponível na internet. <http://www.anppas.org.br/encontro5/cd/.../GT12--265-20100830220543.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2010.

Aréyzaga, Eréndira M.

2011 “Entre la vocación turística y la devoción. Percepciones sociales del patrimonio cultural en un contexto turístico”. El caso de Malinalco, Estado do Mexico. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 9(1), p115-127. ISSN 1695-7121. Disponível na internet em : www.pasosonline.org/Publicados/.../PS0111_10. Acesso em 10/03/2011.

Bellini, Antônio.

2007 Paladar Brasileiro. São Paulo : AB - Antonio Bellini editora & cultura.

Beni, Mário.

2006 Análise estrutural do turismo. 9 ed. São Paulo: Ed. Senac.

Brasil. Ministério do Turismo.

2008 Ecoturismo: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de segmentação. Brasília: Ministério do Turismo.

Brasil. Ministério do Turismo.

2006 “Manual do Pesquisador” - Inventário da Oferta Turística: instrumento de pesquisa/ Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Brasília: Ministério do Turismo.

Carneiro, Henrique.

2003 Comida e Sociedade: uma história da alimentação. Rio de Janeiro: Elsevier.

Cascudo, Luís da C.

2004 História da alimentação no Brasil. – 3 ed. – São Paulo: Global.

CET. Centro de Excelência em Turismo – UNB.

2010 “Congresso de Gastronomia atinge nível científico”. Disponível na internet. http://www.cet.unb.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=1434:congresso-de-gastronomia-atinge-nivel-cientifico&catid=33&Itemid=100011. Acesso em: 15/08/2010.

Corsi, Rita.

2011 “Antropologia e História da Gastronomia”. Disponível na internet. <http://www.scribd.com/.../Antropologia-e-Historia-Da-Gastronomia-UniFMU>. Acesso em: 14/06/2011.

Coriolano, Luzia N.M.T.

2003. “Os Limites do Desenvolvimento e do Turismo”. in Coriolano, Luzia N. M. T. (Organizadora). Turismo de Inclusão e o Desenvolvimento Local. Fortaleza: FUNECE.

Coriolano, Luzia N.M.T.

2002. “O ecoturismo e os hóspedes da natureza”, in Barretto, Margarita; Tamanini Elizabete. (Organizadoras). Redescobindo a Ecologia no Turismo. Caxias do Sul: EDUCS, pp. 35-59.

Córner, Dolores Martin Rodriguez.

2004 “A Gastronomia Étnica no Turismo Gaúcho”. Revista Eletrônica – UNISANTOS. Disponível na internet. <http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/artigos.php?cod=1>. Acesso em 15/8/2010.

Costa, Ewerton R. C.

2008. “Gastronomia: uma sedução para o turista”. Revista Virtual Partes. ISSN 1678-8419. Disponível na internet. <http://www.partes.com.br/turismo/gastronomico/gastronomia01.asp>. Acesso em: 25/04/2010.

Curado, Fernando F.

2008 “Gestão Participativa para o Desenvolvimento Sustentável da Comunidade Ilha Mem de Sá, Itaporanga D’Ajuda –SE”. Macroprograma 6. Aracaju-SE: Embrapa Tabuleiros Costeiros.

Diegues, Antônio Carlos.

2005 El mito moderno de la naturaleza intocada. São Paulo: NUPAUB-USP.

- Drumm, Andy; Moore, Alan.
2002 *Ecoturism development: A manual for conservatio planners and managers. An introduction to Ecotourism planning*. V.1. Virginia, USA: The Nature Conservancy.
- Franco, Ariovaldo.
2001 *De caçador a gourmet – Uma história da gastronomia*. 3. ed. São Paulo: SENAC.
- Fennell, David A
2002 *Ecoturismo*. Tradução de Inês Lohbauer. São Paulo: Contexto.
- Ferreira, Lúcia da Costa.
2004 *Dimensões humanas da biodiversidade: mudanças sociais e conflitos em torno de áreas protegidas no Vale do Ribeira –SP, Brasil*. Revista Ambiente e Sociedade. Vol. VII, n. 1, jan-jun.
- Furtado, Fábio L. A
2004 “Gastronomia como Produto Turístico”. Revista Turismo. Disponível na internet. <http://www.revistaturismo.com.br/artigos/gastronomia.html>. Acesso em: 15/08/2010.
- Grechinsk, Paula T. e Cardozo, Poliana F.
2008 “A gastronomia eslava em Irati como possibilidade de atrativo turístico”. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN 1695-7121. Vol. 6 Nº 2 págs. 361-375. 2008
- Special Issue – Número Especial. Disponível na internet: http://www.pasonline.org/Publicados/6208special/PS0208_17.pdf. Acesso em: 10/03/2011.
- Honório, Erotilde e Barros, Manuela.
2003 “Turismo, Cultura e Identidade: O Caso de Guassussê”. in Martins, Clerton. Organizador. Turismo, Cultura e Identidade. São Paulo: Roca, pp. 153-158.
- Horta, M. L.
2009 “Educação Patrimonial”. [S.I.: s. n.]. Disponível na internet. <http://stoa.usp.br/biacavalcanti/files/616/4128/Educa%C3%A7%C3%A3o%20patrimonial.doc>. Acesso em: 28/10/2009.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
2011 “TAPORANGA D’AJUDA – SE”. Disponível na internet. <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?r=2&codmun=280320>. Acesso em 14/06/2011. (Dos veces y solo se referencia La página 1. Queda fatal)
- Itaporanga D’Ajuda, Prefeitura Municipal.
2010 “A Cidade”. Disponível na internet. <http://www.itaporanga.se.gov.br/>. Acesso em: 12/10/2010.
- Junior, I. P. S., et al.
2010 “Gestão dos recursos pesqueiros: em busca da sustentabilidade da pesca artesanal no povoado Mem de Sá – Itaporanga D’Ajuda – Sergipe – Brasil”. Disponível na internet. www.eulacias.org/materiales/pdfs/.../ivaldo_junior_sesion_6.pdf - Similares. Acesso em: 08/06/2011.
- Kent, Michael.
2003 “Ecoturism, environmental preservation and conflicts over natural resources”. Revista Horizontes Antropológicos. Porto Alegre, ano 9. pp. 185-203.
- Leal, Maria L. M. S.
1998 *A História da Gastronomia*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional.
- Lindenberg, K.; Hawkins, D. E. (orgs).
2002 *Ecoturismo – Um Guia para Planejamento e Gestão*. 4ª ed. São Paulo: Editora SENAC São paulo.
- Martins, Clerton.
2003 “Identidade: percepção e Contexto”, in Martins Clerton .Organizador. Turismo, Cultura e Identidade. São Paulo: Roca, pp. 39-48.
- Mistraud, S. (Org.)
2003 *Manual de Ecoturismo de Base Comunitária: ferramentas para um planejamento responsável*. WWF Brasil.
- Molina, Sergio.
2001 *Turismo e ecologia*. 1ª ed. Bauru-SP: EDUSC.
- Neves, Berenice. A. de C.
2003 “Patrimônio Cultural e Identidades”, in Martins, Clerton. Organizador. Turismo, Cultura e Identidade. São Paulo: Roca, pp.49-61.
- Paraná. Secretaria de Estado da Cultura.
2010 “Inventário Cultural”. Disponível na internet. <http://www.prdagente.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=93>. Acesso em: 07/01/2011.
- Pires, Paulo dos.
2002 *Dimensões do Ecoturismo*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- Rodrigues, Adyr Balastreri.
2005 “Ecoturismo: limites do eco e da ética. In: RODRIGUES, Adyr Balastreri (Org.). *Ecoturismo no Brasil: possibilidades e limites*. São Paulo: Contexto, pp.23-45.
- Russo, Célia R.
2005 “Comunidades tradicionais e preservação cultural por meio do ecoturismo” in Mendonça, Rita; Neiman Zysman. Organizadores. *Ecoturismo no Brasil*. Barueri-SP: Manole.
- Schlüter, Regina.G.
2003 *Gastronomia e Turismo*. Tradução Roberto Sperling. São Paulo: Aleph.
- Segala, Luiziane Viana.
2003. “Gastronomia e Turismo Cultural”. Revista Turismo. Disponível na internet. <http://www.revistaturismo.com.br/materiasespeciais/gastronomia.html>. Acesso em: 15/08/2010.
- Sergipe. Secretaria de Estado do Planejamento, habitação e do desenvolvimento Urbano – SEPLAN. 2010 “Sergipe Gastronômico: Guia Gastronômico dos territórios Sergipanos”. Aracaju-SE: Seplan.

- Serrano, Célia Maria de T.
2001. O “produto” ecoturístico, in Ansarah, Marília Gomes dos Reis. Organizadora. Turismo, como aprender, como ensinar, 2. São Paulo: Editora SENAC São Paulo.
- Souza, Cleberton S.; Braghini, Cláudio.R.; Araújo, Leyslene F.
2010 “Espaços de diálogo na comunidade para o Ecoturismo: a Ilha Mem de Sá, Itaporanga D’ajuda (SE)”. Revista Brasileira de Ecoturismo, São Paulo, v.3, n.2, pp.235-248.
- UNESCO. Organização das Nações Unidas para Educação e Cultura.
2003 Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial. <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540por.pdf>. Acesso em 27/02/2013.
- Viertler, Renate B.
1999 A idéia de “sustentabilidade cultural”: algumas considerações críticas a partir da Antropologia in: Bastos Filho, J. B. (Org.) ; Amorim, N. F. M. (Org.) ; Lages, V. N. (Org.). Cultura e Desenvolvimento. A sustentabilidade cultural em questão. 1. ed. Recife: Editora Universitária da Universidade Federal de Pernambuco, v.1, pp. 17-37.
- Wen, Leonardo.
2008 “Culinária sergipana tem dialeto próprio”. Disponível na internet. <http://futibar.blogspot.com/2008/03/culinria-sergipana-tem-dialeto-prprio.html>. Acesso em: 26/05/2011.

Recibido: 05/05/2012
Reenviado: 02/03/2013
Aceptado: 05/11/2013
Sometido a evaluación por pares anónimos

Maíz: Alimento fundamental en las tradiciones y costumbres mexicanas

José de Jesús Cuevas Mejía*

Universidad Autónoma del Estado de México (México)

Resumen: El siguiente trabajo busca recalcar la importancia del maíz para el pueblo mexicano, que con el paso de los años ha logrado mantener su identidad no en vano por la fuerza y majestuosidad de sus tradiciones y costumbres. Es cierto que hoy en día es la base de la alimentación de muchas familias a lo largo del territorio de México, en cada hogar a la hora del almuerzo, la comida e incluso la merienda, el maíz está presente en una gran variedad de formas, texturas y colores. Esto nos hace pensar ¿Qué sería de las fiestas en México sin la presencia del maíz, que año con año se llevan a cabo por todo el territorio?

Palabras clave: Maíz, Alimento, Prehispánico, México, cultura.

Corn: Basic food on Mexican traditions and customs

Abstract: The following paper seeks to stress the importance of the corn to the Mexican people, which over the years has managed to maintain their identity not in vain by force and majesty of their traditions and customs. It is true that today is the staple food for many families throughout the territory of Mexico, in every home at the time of lunch, dinner and even afternoon snack, corn is present in a variety of ways, textures and colors. This makes us think what would become of the holidays in Mexico without the presence of corn, year after year are carried out all over the territory?

Keywords: Corn, Meal, Pre-Hispanic, Mexico, Culture.

1. Introducción

Al hablar de Maíz es necesario abarcar gran cantidad de temas como son: Naturales (Tipos de maíz, textura, color, sabor) Geográficos (Lugar y clima en que se cosecha) Culturales (Tradiciones, costumbres, fiestas donde está presente) Antropológicos (Orígenes y usos) sociales (significado para diversas civilizaciones); además hay que tener en cuenta que no es lo único que se cosecha, también el trigo y el arroz son muy consumidos en varias partes del mundo y su uso es muy variado. Prácticamente en todo el territorio Mexicano se cultiva el maíz, en diferentes proporciones claro, algunos de los estados que cosechan más esta planta son: Durango, Chiapas, Yucatán, Tamaulipas, Tlaxcala, El estado de México, entre otros. Pero es preciso mencionar que su uso es diferente dependiendo la

forma en que sea preparado e incluso su color que puede ser azul, blanco y rojo.

Los descendientes del maíz son: la tortilla, enfrijoladas, enchiladas, quesadillas, totopos, sopes, esquites, panuchos, tacos, tostadas, garnachas, memelas, chilaquiles, pozole, tamales, esquites y dulces como pilone o incluso bebidas en la gran cantidad de atoles, solo por mencionar algunos.

Varios de esto platillos son muy usadas en todos los festejos, desde una reunión familiar hasta una celebración grande como es el caso del “Día de Muertos” donde es muy común el “pan de muerto”, sus franjas representan huesos y el pequeño círculo en la parte de encima el alma del individuo, de igual forma la flor de cempasúchil es muy usada. En la Fiesta de la Candelaria en Tlacotalpan, Veracruz se finaliza con una tamalada. El día 2 de Febrero la fiesta comienza con las clásicas “Mañanitas” a

* Estudiante del 8to. Semestre de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Autónoma del Estado de México, Plantel Texcoco. E-mail: j.j.youuu@gmail.com

la virgen de la Candelaria, y por la tarde se efectúa la procesión de la imagen de la Virgen por el río Papaloapan (Verti, 2000: 65).

En fechas importantes las familias suelen reunirse para convivir, un ejemplo es en las fiestas decembrinas. La noche del 24 de Diciembre y la del 31 del mismo mes, después de la llamadas “posadas”, todas las personas suelen reunirse con amigos y familiares para agradecer una año más en compañía de los seres queridos, celebrando con una cena donde es muy común el pozole blanco, rojo, verde, o vegetariano, siendo más comunes los dos primeros en la parte centro del país, acompañado de tostadas de pata, tinga, crema y queso, aunque también se sirve romeros, bacalao, ponche, entre otros tipos de platillos.

2. Orígenes

Los granos de maíz están constituidos principalmente de tres partes: la cascarrilla, el endospermo y el germen. La cascarrilla o pericarpio es la piel externa o cubierta del grano, que sirve como elemento protector. El endospermo, es la reserva energética del grano y ocupa hasta el 80% del peso del grano. Contiene aproximadamente el 90% de almidón y el 9% de proteína, y pequeñas cantidades de aceites, minerales y elementos traza. El germen contiene una pequeña planta en miniatura, además de grandes cantidades de energía en forma de aceite, que tiene la función de nutrir a la planta cuando comienza el período de crecimiento, así como otras muchas sustancias necesarias durante el proceso de germinación y desarrollo de la planta. (Asturias, 2004: 9).

La tortilla brinda una importante cantidad de energía al cuerpo, ya que está hecha a base de maíz y éste al ser usado en la nixtamalización (proceso por medio del cual se elabora la masa) adquiere propiedades peculiares:

“Al procesar el grano en nixtamal se le hace más digerible y se aumenta su valor proteínico: la concentración de calcio aumenta en un 20%, la de fósforo en 15% y la de hierro en 37%. Se ha calculado que antes de la llegada de los españoles, y con ellos de una gama de productos que modificaron la dieta prehispánica, el maíz proporcionaba cerca del 80% de las calorías y aún hoy ronda el 50%”. (Arqueología Mexicana, 2011: 72,76).

Es importante señalar que los mexicanos consumen mucho este alimento debido a que generalmente en fiestas, carnavales, tradiciones, cumpleaños, celebraciones, etc. se sirve uno o varios platillos que contengan maíz como pueden ser: gorditas, tlacoyos,

sopes, chalupas, tamales, peneques, y muchos más. También existen lugares destinados a crear tortilla en grandes cantidades, las llamadas “Tortillerías” es el nombre que llevan estos establecimientos, donde las personas van y compran una cierta cantidad para acompañar su alimento, el cual les brindará energía para realizar diversas actividades a lo largo del día. Si nos trasladamos a épocas prehispánicas encontraremos que el maíz ya jugaba un papel fundamental entre sus habitantes.

El maíz ha sido la base de la alimentación desde los pueblos prehispánicos, puesto que era muy usado, incluso tenían dioses relacionados con la panta y su cultivo. En el caso del imperio Mexica rendían tributo a Chicomecóatl diosa del maíz maduro y su dualidad Centéotl dios del maíz:

“Aunque Chicomecóatl es la diosa general de los mantenidos, cada una de las plantas importantes para los aztecas había sido convertida en un dios. Por su puesto el maíz la más importante de todas, tenía una serie de dioses que la representaban. Centéotl, que literalmente quiere decir: *centli*, maíz, *teotl*, dios, “dios del maíz”, es esta planta divinizada”. (Caso, 1971: 65).

De igual forma existían otras divinidades relacionadas como son: Xipetétec “Nuestro señor el desollado” y Xilonen diosa del maíz tierno o joven, esta última es diferenciada por su nariguera de concha nácar y orejeras de obsidiana (muy utilizada por personajes importantes) (Imagen 1.)

Imagen 1. Xilonen, Diosa del maíz tierno o joven.



Fuente: El pueblo del sol. Caso, Alfonso.

A pesar de las deidades de las que se tienen conocimiento es complicado saber cuándo y dónde se originó el maíz. Riveiro, (citado por Asturias, 2004: 10) menciona que “El maíz es un cereal nativo de América, cuyo centro original de domesticación fue Mesoamérica, desde donde se difundió hacia todo el continente. No hay un acuerdo sobre cuándo se empezó a domesticar el maíz, pero los indígenas mexicanos dicen que esta planta representa, para ellos, diez mil años de cultura.”

Otros mantienen el hecho de que se puede acuñar ese crédito a Sudamérica como Paraguay, Bolivia o Brasil. Se han descubierto algunos restos de maíz en Tehuacán, con una antigüedad de 4500 a 7000 años. Se han encontrado en la cueva de Guilá Naquitz en los valles centrales de Oaxaca restos con una antigüedad de 6200 años aproximadamente (Benz, 2001).

Wellhausen, (citado por: Hernández y Malanco, 2000: 11) firm “Toda la evidencia indica que el maíz fue domesticado primero en México y más específicamente, parece que las variedades antiguas de maíz primitivo evolucionaron con el antiguo desarrollo de la agricultura en el sur de Puebla y el norte de Oaxaca hace unos 5 6 mil años.”

Como podemos darnos cuenta no se tiene algo conciso de dónde se empezó a ocupar el maíz, muchos autores varían en sus opiniones, esto provoca que la intriga del surgimiento de este elemento en la historia sea cada vez más grande. Sin embargo existen algunas pruebas que refuerzan la teoría de que el maíz es originario de México.

Es preciso señalar que de acuerdo al libro sagrado *Popol vuh* escrito por lo Mayas, se creó la tierra, los animales y finalmente el hombre quien fue hecho primeramente de madera, seguido de barro y finalmente esculpido con maíz, de éste se crearon los primeros hombres y mujeres que engendraron las tribus pequeñas y grandes. Gracias a esto creían que el maíz era un regalo de los dioses y por esto su deber era cultivarlo y cuidarlo. Aunque quizá no se justifique científicamente este origen, es importante recalcarlo, ya que nos sólo los Mayas, todos y cada uno de los pueblos prehispánicos dependían increíblemente del maíz en su dieta diaria.

Ahora bien, los usos que en aquellos tiempos le daban al maíz no desaparecieron, incluso con la llegada de los españoles, fueron ellos quienes tuvieron que adaptarse a los alimentos que tenían en las tierras nuevas. A lo largo del siglo XVI, en la Nueva España varias fueron las fuentes de producción y abasto. En un principio, los españoles – raza del trigo, de vid y del olivo-se tuvieron que adaptar a los alimentos que constituían la dieta mesoamericana: maíz, jitomate, chile, frijol, y calabaza, insectos, aves y peces autóctonos y frutas tropicales (Puig y Stoop, 2010: 25).

3. Tipos de maíz

Además de existir maíz de diferentes colores (rojo, blanco y azul) se pueden clasificar por modos y usos distintos. Los que más comúnmente se encuentran son en base a sus características endospermicas (Tipo de semilla):

- Reventador: Cultivado usualmente en Jalisco. Consiste en un núcleo de almidón suave y una endosperma dura. La humedad que queda atrapada dentro se expande para calentarse reventando la costra dura y creando las ya conocidas palomitas de maíz.
- Duro: Es muy parecido al tipo de maíz que se mencionó anteriormente. Pero es de un grano mucho más grande, es probablemente una derivación, generación y/o evolución del tipo de maíz reventador. Esto fue para obtener un mayor grano y rendimiento de la planta. Este tipo se produce en zonas donde es necesario que logre soportar el frío y cuando las condiciones de almacenamiento y germinación son escasas o deterioradas. Es del tipo pozolero.
- Blando: En México se encuentra en estados como Sonora, Sinaloa y Nayarit. La selección de éste fue el resultado del desarrollo de varios alimentos básicos que utilizaban, ya que es fácil de moler. Es utilizado para la elaboración de las tortillas, tamales o bebidas, como es el caso de la chicha una bebida alcohólica que se da en Centroamérica, atoles de tipo comercial y cultural como el atole de Mixquic, puesto que en este sitio se lleva a cabo cada año una gran tradición, el día de muertos, donde además de ir a acompañar a sus fallecidos durante toda la noche, también puedes degustar: Atole, quesadillas, tacos, esquites, elotes preparados, entre otros.
- Dulce: La producción comercial de este maíz es poco apreciable (Menos de 1%) aunque las mazorcas logran excelentes precios como vegetales procesados para las economías industrializadas, lo que conocemos como maíz enlatado. Se cultiva en Jalisco y el Bajío.

4. Maíz en todas partes

En todo el territorio mexicano, cuando una persona organiza un fiesta lo primero que piensa es en los invitados y qué se va a servir de comer, aunque no importa la ocasión puede ser una boda, bautizo, cumpleaños, una tradición o incluso una reunión familiar. Lo importante es tener en cuenta que siempre exista un ambiente alegre y de fiesta, que permita el intercambio de vivencias y experiencias. Una manera de lograr esa unión es mediante la gastronomía y en México se cuenta

con una increíble cantidad de recetas de platillos típicos donde se destaca el maíz.

Mencionada anteriormente la Fiesta de la Candelaria, con raíces católicas por su puesto, pero es una tradición llevada a cabo en Tlacotalpan, Veracruz del 31 de Enero al 6 de Febrero y es dedicada a la patrona de la ciudad (La Virgen de la Candelaria). Esta celebración abre con un desfile de mujeres cabalgando, portando trajes típicos y su cierre es un festejo con tamales que pueden ser de rajitas, verdes, de mole, con queso y carne de puerco, acompañados siempre de un bien recibido atole.

Es de saberse que el origen de esta celebración es marcada con la "rosca de reyes" que contiene pequeños muñecos (niños Dios) y de acuerdo a la tradición, al partir uno por uno la porción que le corresponde se van descubriendo los niños Dios, quien encuentre uno de éstos en la rebanada de rosca que eligió tendrá como tarea llevar a cabo la preparación de los tamales para el "Día de la Candelaria" celebrada el 2 de Febrero en México. El origen de colocar niños Dios dentro de la "rosca de reyes" surge de las creencias cristianas en los tiempos de Jesús, las mujeres que dieran a luz, debían purificarse a través de oraciones durante treinta y tres días, cumplido el tiempo la mujer y su esposo presentaban a su primogénito ante Dios.

Según narra San Lucas, María y José quisieron cumplir con este precepto llevando al Niño, y quisieron hacerlo en Jerusalén. Como eran pobres llevaron por ofrendas dos palomas blancas. Fue ahí donde el justo y piadoso Simeón, movido por el Espíritu Santo, al entrar María y José con el Niño tomo en sus brazos a Jesús y lo bendijo con la oración: *Et nunc dimitte servum tuum* (Ahora te puedes llevar a tu siervo de la tierra) (Verti, 2000: 34).

Ahora en estos días, muchas personas católicas visten a sus niños Dios y los llevan a bendecir a las iglesias, para después celebrar en compañía de los seres queridos y con los tradicionales tamales.

Alrededor del mundo es muy conocido el maíz como alimento importante en la gastronomía Mexicana, y ahora que fue declarada en Noviembre de 2010 Patrimonio inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, se pretende que atraiga una mayor cantidad de turistas al país que deseen conocer los festejos y la comida típica, sin embargo esto puede ser una arma de doble filo. Teniendo en cuenta este aumento de individuos, es importante pensar en los impactos buenos y/o malos que puede acarrear, por una lado, las ganancias económicas crecerían debido al capital que los extranjeros ocuparían en el país en transporte, alojamiento, comidas, etc., y por el otro, el exceso de personas en un determinado sitio turístico provocarían desgastes en el suelo y basamentos, según sea el caso, o bien por la

contaminación de desechos como basura y smog de automóviles. Como es de esperarse el aumento de personas se verá reflejado en celebraciones y fechas importantes.

El "Día de Muertos" es un festividad de origen indígena al igual que la gastronomía mexicana, fue declarada Patrimonio cultural inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en 2003 y no es de extrañarse porque además de ser una tradición prehispánica, México es el único país que celebra la muerte. Siempre es fácil encontrar, durante las fechas del 1 y 2 de Noviembre, ofrendas dedicadas a los difuntos y contienen elementos muy característicos como son: la flor de campesúchil, calabaza, tejocote, jícama, naranja, tamales, pulque, velas, el copal, el famoso pan de muerto, entre muchos otros elementos, claro que dependiendo de la región es la estructura que la ofrenda va a tener para ayudar a que las almas lleguen con bien a su destino.

Háylugares donde el "Día de Muertos" se lleva a cabo con mucho significado y esfuerzo como es el caso del Panteón de San Miguel en Oaxaca, el Lago de Pátzcuaro en Michoacán sitio sagrado para los purépechas en la época prehispánica, o los festejos en San Andrés Mixquic en Tláhuc, Distrito Federal, éste último fue nombrado hace poco por el Gobierno Federal como Barrio Mágico, debido a que preserva su cultura. Las tradiciones no se pierden, siguen llegando personas con la fe de celebrar a sus muertos, decorando las tumbas con veladoras y arreglos, volviéndolas espectaculares por la noche.

Los días 1 y 2 de Noviembre de cada año, gran cantidad de individuos acuden a la celebración del "Día de Muertos" en Mixquic. Esta localidad cuenta con un territorio aproximado de 3 km² y una población de 13,310 habitantes (INEGI, 2010). Cada visitante requiere de un espacio mínimo para moverse libremente. Esto, relacionado con el espacio disponible en un tiempo determinado establece la capacidad de carga física de un sitio. (Cifuentes, 1992:10).

Tomando en cuenta la magnitud del territorio, el aumento de la población año con año y la llegada de turistas; la capacidad de carga física está en grave peligro llegando a un punto en que se puede afectar el deterioro de lápidas en el cementerio, del templo de San Andrés, de calles, casas e inclusive la acumulación de basura, estos factores resultan verdaderamente preocupantes. Sin embargo algunos habitantes se sienten contentos de que las personas se acuerden de ese pequeño pueblo:

«pues viene mucho extranjero, japonés, francés, me hablan pero no le entiendo, digo si hablan así como aquí sí () antes venían más extranjeros, ahora más de por acá ellos respetan y a uno le da pues le da gusto vienen a acompañarnos() Acá

en casa de ustedes en las fiestas ponen la mesa así grande como de aquí a aquella lapita... y pues quien está en la fiesta, pus le dan taco valla () soy de 1930, estoy solo mi mujer se fue hace 20 años pero pues seguimos acá visitando pero pues si una mujer me pregunta o se me presenta pues me da gusto () fuimos nueve hermanos, solo queda vivo uno uno está enterrado acá, pero seguiremos en esto - Juan de Dios (2011. Entrevista. Habitante de San Andrés Mixquic)».

No sólo existe esta celebración, hay muchas otras donde se integran platillos relacionados con el maíz, ya sea o no el propósito principal de la festividad, por ejemplo: “La Feria del Elote” realizada en Agosto, en el municipio de Cocotitlán en el Estado de México donde pueden disfrutarse gelatinas, helados, esquites, pastel, pay, atole, pulque, todos y cada uno hechos de elote; en diciembre “La Feria del Maíz” en el municipio Vicente Guerrero en Durango; de igual forma en Agosto “La Feria del Elote y el Maíz” en Tláhuac, Distrito Federal, con stands que ofrecen chile atole, esquites, pozole, pastel de elote, quesadillas de huitlacoche, repostería. Existen otras, en Mayo: “Feria Regional de Mayo” (Manzanillo, Colima), “Feria Municipal de Macuspana” (Macuspana, Tabasco); en Julio: “Feria del Carmen” (Ciudad del Carmen, Campeche), “Fiesta Tradicional de Comitán” (Comitán, Chiapas), “Feria Exposición de Delicias” (Delicias, Chihuahua), “Feria Nacional del Carmen” (Caxuxi, Hidalgo); en Agosto: “Feria Nacional de Ixmiquilpan” (Ixmiquilpan, Hidalgo) y muchas más.

5. El maíz en otra cultura

El maíz es una fuente de alimento que lleva siglos dentro de varias culturas alrededor del planeta. Una de ellas es la finlandesa, cuyo año nuevo celta se celebra el 31 de octubre y es conocido como el *Samhain* (con el paso de los años fue popularizado para transformarse en la festividad comercial que hoy conocemos como *Halloween*).

En las antiguas culturas finlandesas la repartición de dulces era una sustitución por las tierras que se heredaban de generación en generación donde los más jóvenes tenían que escoger entre el cultivo del Frijol, Arroz, Maíz y Haba. Cada uno de estos cultivos se daba por las descendencias importantes en el linaje sanguíneo de la antigua cultura Finlandesa.

El Arroz, representaba la fertilidad para las futuras generaciones. Su cultivo era mixto ya que podía darse en cualquiera de las clases sociales que se regían por la mitología finlandesa. El frijol, representaba el incremento en la espiritualidad

de los dioses de la religión (Vammatar, Kivutar y Loviatar). En las generaciones que se regían por miembros de familias religiosas, las cuales estaban entre las clases altas y las clases medias, el haba representaba la integridad social de las generaciones más pobres.

El maíz, era el cultivo más importante y solo podía darse en las tierras de las familias ricas para no amedrentar con el orden de las clases sociales, su representación se daba por el cultivo, color y aroma al momento de llegar a su punto de cosecha. Se creía que entre más dorado era el maíz, mayores riquezas llegarían para este año, en cambio si maduraba con una tonalidad blanquecina, era indicio de un año financiero, social y familiar difícil. El maíz era el de mayor importancia, pero también el de mayores riesgos que podían existir, es por eso que solo en épocas de crisis se cultivaba.

6. La tortilla, producto comestible en América latina

Para la fabricación de la conocida tortilla de maíz, primero se tiene que hablar del nixtamal, aunque la gran mayoría de los estadounidenses están equivocados por creer que las tortillas estilo texmex son las tortillas de maíz correctas,

El nixtamal es el nombre que se le da al maíz cocido con cal, es usado principalmente para la elaboración de tortillas. La palabra proviene del náhuatl *nextli*, o cenizas de cal y *tamalli* (masa de maíz cocida). El nixtamal se prepara según una técnica mesoamericana donde se cuece el maíz en agua con una proporción fija de cal, comúnmente tres partes de agua por cada una de cal, aunque el contenido de cal puede aumentar si los granos son muy duros. Una vez cocido, el grano se deja reposar durante la noche, tiempo en que revienta y se separa la cáscara del maíz para que sea más fácil molerlo. Luego se enjuaga para eliminar el exceso de cal y se muele sobre el metate hasta formar la masa, este proceso se ha modernizado y actualmente la molienda se lleva a cabo mayormente con máquinas o molinos industriales, pero en las áreas rurales el uso del metate persiste.

Existen varias técnicas para la elaboración de las tortillas. El primero, es el método más antiguo y mejor conocido, nos referimos a la tortilla hecha a mano, aplastando la masa creada con el maíz y calentándola a fuego lento sobre planchas de metal. Otro de los métodos más importantes es el de aplasto, consiste en tomar una pequeña porción de la masa total (hecha previamente con el proceso de nixtamalización) y crear manualmente pequeñas esferas, una por una se colocan en un instrumento conocido

como “Tortillador” para ser “aplastadas” y crear discos de diferentes tamaños, según sea el caso; éste método se ha degradando y ahora solo es utilizado en la fabricación de sopas, gorditas y chalupas. Por último, surgieron las tortilladeras mecánicas inventadas originalmente en 1917, por Francisco Almedria en San Luis Potosí.

Conclusión

En base a lo que se ha mencionado, se puede deducir que el maíz es trascendental no sólo en la cultura mexicana, también en otros sitios del mundo, sino fuera así, lo que hoy conocemos como América Latina sería muy diferente. Hay que tomar en cuenta que México produce y exporta una gran cantidad de Maíz a diferentes continentes, quienes lo ocupan para autoconsumo o para alimentar el ganado. Sus tipos y variedad permiten la globalización de este producto convirtiéndolo en una fuente muy grande de ingresos económicos. Para la poca fortuna mexicana Estados Unidos también es uno de los grandes productores en todo el planeta. Aunque México tenga competidores fuertes en producción de maíz, es importante mencionar que presenta un extenso bagaje cultural que no todos los países llegan a igualar.

Si nos pudiéramos a pensar las diversas formas en que se presenta el maíz en la mesa, tendríamos una lista infinita de platillos y muchos de ellos datan de épocas de varios miles de años, eso sin mencionar que no sólo es de uso gastronómico, también fue un elemento simbólico para los pueblos prehispánicos.

Como vimos anteriormente los Mexicas le daban un valor divino al maíz, sin embargo no era la única cultura, de igual forma lo hacían los Mayas, Zapotecos, Teotihuacanos y Olmecas. Además, se presume que su domesticación pudo haber comenzado en tierras Mexicanas, de ser cierto le brindaría bases para defender la hipótesis de que el maíz es originario de México, o por lo menos acreditarle el honor de ser el pionero en el uso y consumo de este producto. Sea cual fuese su procedencia, no podemos negar que en las fiestas y celebraciones importantes del país, siempre está presente este alimento.

Las tradiciones y creencias mexicanas no estarían completas sin la presencia del maíz, sea cual sea la ocasión no puede faltar en los hogares la tortilla para acompañar un mole, unos sopas con nopales, los famosos “tacos”, unas enchiladas, totopos, chilaquiles, quesadillas, y más aún, si hablamos de una festividad donde concurren gran cantidad de personas entre locales y visitantes,

siempre abra uno o varios alimentos para servir que provengan del maíz.

La tortilla es como un cubierto más en cualquier comida típica mexicana, está presente incluso en otros países como: Belice, Guatemala, Honduras, Panamá, Salvador, Nicaragua, Costa Rica y varios del Caribe, Antigua y Barbuda, Trinidad y Tobago, Puerto Rico y muchos más. Esto nos dice que no importa cómo sea preparado el maíz, no hay duda alguna que su presencia es, fue y será siempre trascendental en muchas culturas, sobre todo en la mexicana en sus tradiciones y costumbres.

Esta valoración por los alimentos no sólo se cierra a esas fronteras, con el paso de los años los mexicanos han aprendido a valorar más y más la cultura de su país, brindándoles una identidad muy reconocida a nivel mundial. Gran cantidad de ellos viven en otras partes como: Estados Unidos, Canadá, Rusia, China, Francia, Japón, Arabia, y muchos más países, pero siguen abrazados a sus raíces, fiestas y humor alegre que nunca llegan a perder, esto los impulsa a decir consecutivamente ¡Viva México! por cualquier logro destacado. De igual forma la identidad que van desarrollando y el amor por su tierra sigue en crecimiento, los abuelos y padres impulsan a los niños a valorar su país, les muestran la manera de disfrutar las bonitas experiencias que deja la vida con el paso de los años, pero sobre todo, les enseñan las formas de preservar las tradiciones y compartir sus costumbres con los seres queridos.

Bibliografía

- Asturias, Miguel A.
2004 “Maíz de alimento sagrado a negocio del hambre”. Ecuador – Quito: HIVOS. Benz, B. F.
2001 “Archaeological evidence of teosinte domestication from Guilá Naquitz”. *PNAS*, 98 (4): 2104-2106.
Calvo, Liliana y Barrera, Mariano,
2007 “Atlas de México”. Uruguay: CIDEA.
Caso, Alfonso.
1971 “El pueblo del Sol”. México: Fondo de Cultura Económica.
Cifuentes, Miguel
1992 “Determinación de capacidad de carga turística en áreas protegidas”.
Costa Rica: CATIE, Programa de Manejo Integrado de Recursos Naturales. Disponible en: <http://books.google.com.mx/books?hl=en&lr=&id=ICo-OAQAIAAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Determinaci%C3%B3n+de+capacidad+de+carga+tur%C3%ADstica+en+%C3%A1reas+protegidas&ots=CeBE98p-fL&sig=kcp7tEl9oWmjIre9j4X69qmmwfe> (Consultado el 17/06/13).

González, Carlos.

2011 "Xipe Totéc. Guerra y Regeneración del Maíz en la religión mexicana". México: Fondo de Cultura Económica/Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Hernández, Lucrecia y Malanco, Claudia.

2000 "Trascendencia Gastronómica del Maíz en la Ciudad de Toluca. Tesis para obtener el grado de Licenciado en Turismo". México. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

2010 "Censo de Población y Viviend ". Disponible en: <http://www.censo2010.org.mx/> (Consultado el 15/06/13)

Milera, María E.

2007 "Gran Enciclopedia Visual de México Tomo II". España: Ediciones Euroméxico.

Noriega, María y Vela, Enrique (Eds.)

2011, Mayo. "El Maíz. Catálogo Visual". *Arqueología Mexicana*. México: Editorial Raíces/Instituto Nacional de Antropología e Historia. Puig, Socorro y Stopen, María.

2010 "Especialidades regionales cocina mexicana". España: Editorial Everest.

2011 "San Andrés Mixquic es Barrio mágico". Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=mwAeZRLjglU> (Consultado el 01/11/2011).

Secretaría de Gobernación

2010 "Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México". Disponible en: http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_df (Consultado el 15/06/13).

Verti, Sebastián.

2000 "Tradiciones Mexicanas". México: Editorial Diana.

Agradecimientos

Esta investigación fue realizada para la unidad de aprendizaje Impactos Socioculturales del Turismo, impartida en el Centro Universitario UAEM Texcoco. Les doy las gracias a mis profesores, en especial a la M. P. E. Aguilar Cedillo Alma Patricia y a mi estimado amigo Flores Santiago Erick Jorge, a todos ellos por su apoyo, confianza y motivación.

Recibido: 08/02/2012

Reenviado: 21/06/2013

Aceptado: 05/11/2013

Sometido a evaluación por pares anónimos



3rd Interdisciplinary Tourism Research Conference

3 – 8 June 2014, Istanbul, Turkey



Introduced first in 2008, this conference aims to attract a selected list of participants in two categories. First, it is open for those faculty members and/or graduate students who have a background in a different discipline, but have the willingness to expand their research interests into tourism and related disciplines. This category welcomes the submission of papers with single or multiple authors. Second, for those contributors with a background in tourism, hospitality or leisure, the paper should be written by at least two multiple authors and each author should represent a different discipline, e.g. tourism + geography.

The organizing committee also strongly encourages the participants to submit their papers in relation to the following special subjects: history of tourism, travel writing, oral history as a methodology in tourism studies, and political economy and tourism.

Confirmed speakers:

Inter-, Multi- or Trans-disciplinary Tourism Research: Different Methods for Different Outcomes?

- Brian Archer, University of Surrey, UK
- Stephen Smith, University of Waterloo, Canada
- Pauline Sheldon, University of Hawaii, USA
- Mryiam Jansen-Verbeke, University of Leuven, Belgium
- Bob Mc Kercher, Hong Kong Polytechnic & University, SAR, China

Brian Archer Recognition Award - Given his significant contribution to tourism scholarship over the last five decades as well as keeping up the momentum of tourism research, the organizing committee has created the Brian Archer Recognition Award to be delivered to the winner at the conference.

Conference web page:

<http://www.interdisciplinaryconference.org>

El Casabe y la Arepa: Alimentos Prehispánicos de la Culinaria Indígena Venezolana

Bertha Rivas Alfonzo*

Universidad Simón Bolívar (Venezuela)

Resumen: Algunos antropólogos al estudiar los orígenes de los pueblos dicen que los latinoamericanos “somos hombres de maíz y de la yuca en esta situación los venezolanos somos consumidores de arepas y casabe. Este estudio tiene como objetivo analizar el origen y la importancia de dos alimentos prehispánicos como lo son el casabe y la arepa, los cuales constituyen un legado de la culinaria indígena venezolana, Metodológicamente se sustenta en la revisión bibliográfica y en la recolección de información para posterior análisis y discusión. El casabe y la arepa constituyen una herencia indígena de beneficiosas cualidades nutritivas que forman parte de nuestro régimen alimentario y que representan un rasgo cultural, una huella de la alimentación prehispánica que ha logrado trascender al paso del tiempo.

Palabras clave: Casabe, Arepa, Legado Indígena, Culinaria, Venezuela.

The Casabe and Arepa: Prehispanic Food Culinary Venezuelan Indigenous

Abstract: Anthropologists studying the origins of peoples say that Latin-Americans “are men of maize and cassava in our situation the Venezuelans are consumers of arepas and casabe.” This study aims to analyze the origin and the importance of two pre-Hispanic foods such as the cassava and the arepa, which are a legacy of the culinary Venezuelan indigenous, methodologically relies in the literature review and the collection of information for further analysis and discussion. The cassava and the arepa form an indigenous legacy of beneficial nutritional qualities that are part of our diet and representing a feature of culture, an imprint of the Prehispanic food that has managed to transcend the passing of time.

Keywords: Casabe, Arepa, indigenous heritage, culinary, Venezuela.

1. Introducción

Algunos estudiosos de los orígenes de los pueblos dicen que los latinoamericanos “Somos hombres de maíz y de la yuca”, en nuestra situación como lo afirma el Dr. Lovera (1998: 3-10), los venezolanos somos consumidores de arepas y casabe.

De acuerdo a investigaciones arqueológicas realizadas en Venezuela, se conoce que las poblaciones precolombinas que se encontraban distribuidas de

manera desigual en la geografía nacional obtenían la base de su alimentación mediante actividades de caza y pesca, complementada con la recolección de especies animales y vegetales, métodos de obtención de alimentos presente en las sociedades humanas en sus primeras etapas de desarrollo.

Los indígenas venezolanos adoptaron su régimen alimenticio a los recursos disponibles en su medio ambiente, como podemos observar en el siguiente cuadro

* Prof.ª Dpto. de Tecnología de Procesos Biológicos y Bioquímicos, Universidad Simón Bolívar, Venezuela. Email: brivas@usb.ve

Regiones de Venezuela	Alimentos de origen animal	Alimentos de origen Vegetal
Región Guayana	Tortugas, caracoles terrestres, morrocayos, moluscos de agua dulce, peces fluviales, venados, caimanes, roedores, monos, gusanos de moriche, bachacos	Yuca , Granos, frutas : piña, lechosa, guayaba, mamones, jobs, cotoperix, hicacos, tunas, tupiro, merey, ñame, palma de moriche, cacao
Región Oriente (Sucre, Nueva Esparta, Anzoátegui y Monagas)	Caracoles terrestres, aves, caimanes, armadillos, iguanas, tortugas, rayas, moluscos, peces, monos, roedores	Maíz, Yuca , granos, frutas: piña, lechosa, guayaba, mamones, jobs, cotoperix, hicacos, tunas, cacao
Región Noroccidental y Costera (Yaracuy, Falcón, Lara)	Venados, conejos y otros roedores	Maíz, Yuca , frutas: piña, lechosa, guayaba, mamones, jobs, cotoperix, hicacos, tunas
Región Zuliana	Pescados de río y marinos, pato guiriguiri	Coco, Maíz , Cacao
Región Andina (Táchira, Mérida y Trujillo)	Conejos, venados, báquiros, lapas, zorros guanache, picure, guacharaca, caracoles terrestres	Maíz, Yuca dulce , papa tipo "Ruba" y frutas
Región Central Norte y Costera	Pescados de mar	Maíz , Amaranto, Cacao
Región de los Llanos	Chiguire, cachicamo, peces de río (palometa, morocoto, cachama)	Maíz, Yuca , caimito, Caruta

Fuente: Diseño Propio con base a información tomada de Fuentes y Hernández, 1993: 43-44 y Lovera, 2004:91-100

Del análisis del cuadro anterior podemos deducir que la dieta de los indígenas venezolanos era variada, sana y nutritiva y eso lo confirman referencias históricas donde los colonizadores en sus crónicas del siglo XVI describen a los indígenas como "saludables y de muy buena complexión, siendo comunes las descripciones en las que se encomia su belleza física, la lozanía de su piel, la brillantez de sus cabellos, la fortaleza de su dentadura, su longevidad y la facilidad con que parían sus mujeres" (Lovera, 1998:36).

Una relación descriptiva de la provincia de Santiago de León, actual Caracas, de la Gobernación de Venezuela, en 1578, informa que "los mantenimientos de los naturales eran el maíz, casabe, batatas, auyamas, frijoles, caraotas, maní, ocumo y otras raíces como pericaguas, mapuey, capazo, y frutas como corozos, aguacates, jobs, guayabas, mamones, guamos, piñas, guanábanas, anones, mameyes, etc." (Antonio Arellano M. 1964:126-129 Relaciones Geográficas de Venezuela, Caracas: Biblioteca de la Academia Nacional de la Historia). Citado por Cartay, R (1991: 51).

Registro que muestra que la dieta de los indígenas prehispánicos estaba caracterizada por el consumo de frutas, vegetales y tubérculos productos que normalmente recolectaban y de animales de persecución o insectos que eventualmente cazaban.

Es importante resaltar que para la preservación, cocción y consumo de los alimentos men-

cionados, utilizaban diferentes métodos como deshidratación de la harina de yuca, secado de carnes y pescados al fuego en especies de trojas que denominaban barbacoa (Fuentes y Hernández. 1993: 103). Entre los métodos de cocción que empleaban se encuentran el hervido y el asado, el cual se realizaba directo sobre el fuego o envuelto en hojas; los indígenas según testimonios de los cronistas desconocían las frituras, aunque tenían métodos para extraer el aceite de los huevos de tortugas y caimanes, pero estos eran usados con otros fines no culinarios.

Para sazonar sus comidas los indígenas usaban el jugo cocido de la yuca amarga, aderezado con ajíes, también usaban la miel para endulzar sus bebidas de frutas y tubérculos lo que le otorgaba un gusto especial y aceleraba el proceso de fermentación de las mismas.

En la preparación y consumo de los alimentos contaban con utensilios elaborados de diversos materiales como fibras vegetales, madera, piedra, frutos secos, barro cocido, caparazones de tortugas, donde incluso cocinaban su carne, y cuando los indígenas se desplazaban de un lugar a otro llevaban consigo todos estos enseres característicos de cada comunidad.

Enseres que en conjunto con las preparaciones realizadas pueden ser considerados rasgos culturales que permiten delimitar no solo un espacio geográfico sino un también un área cultural

culinaria de los habitantes de las comunidades indígenas venezolanas.

Este trabajo tiene como objetivo el análisis del origen y la importancia de dos alimentos prehistóricos como lo son el casabe y la arepa, los cuales entre otros alimentos constituyen un legado de la culinaria indígena venezolana; metodológicamente, el presente estudio se sustenta en la búsqueda bibliográfica y en la recolección de información para un posterior análisis y discusión.

2. Comunidades Indígenas Venezolanas

La población indígena de Venezuela la constituyen para el año 2011; 725.141 personas con edades comprendidas entre 0 meses a más de 95 años de acuerdo a cifras del Instituto Nacional de Estadísticas. (INE).

Población esta que está distribuida en 31 grupos étnicos, los cuales están distribuidos como sigue: Caribes (Akawayo, E'ñapa, Japreria, Kari'ña, Mapoyo, Pemón, Yabarana, Ye'kuana, Yukpa); Arawaca (Añu, Arawak, Baniva, Baré, Curripaco, Piapoco, Warekena, Wayúu); Tupi (Yeral); Chibcha (Barí); Sáliva (Jodi, Mako, Piaroa); Yanomami (Yanomami, Sanema, Yanam, Yanomam); Guajibo (Hiwi, Kuiva) e Independiente (Puinave, Pumé, Warao). (Estrada, 2007).

Por entidad federal el censo de comunidades indígenas realizado para el 2011 por el INE, revela que se encuentran ubicados en mayor porcentaje en el estado Zulia 61,18%, luego Amazonas 10,5%, Bolívar con 7,54 % Delta Amacuro 5,73%, Anzoátegui 4,68%, Sucre 3,06%, Monagas 2,47%, Apure 1,60 % y otras entidades con 3,23%.

Hoy día la alimentación de las comunidades indígenas conserva mucho de sus costumbres y tradiciones y ejemplo de ello son aquellos alimentos que han logrado permanecer al paso del tiempo como el casabe, la hallaca, la arepa, los ajiceros, entre otros ejemplos.

No obstante sin duda alguna luego del intercambio culinario que comenzó en el siglo XV con el descubrimiento del nuevo mundo y que hoy en día se mantiene, se introdujeron nuevos productos y tecnología que ocasionaron transformaciones e impactos sociales y culturales positivos y negativos, así como también se dieron cambios en la dieta alimentaria de las comunidades indígenas (Rivas B.2006: 54).

Es importante resaltar que los grupos étnicos actuales conservan en gran proporción rasgos de sus culturas originales y mantienen muchos de sus hábitos tradicionales, y de esos alimentos y hábitos tradicionales queremos resaltar el cultivo de la yuca amarga y la elaboración y consumo del

casabe, alimento que como se describe en el Atlas de Tradiciones Venezolanas (1998:61) fue durante siglos, un producto marginado por la incompreensión de los "entendidos" pues era considerado insípido y con una textura rasposa y dura, un alimento propio de la gente pobre; el menosprecio hacia este legado indígena era tal, que expresiones cotidianas del refranero popular indicaban que "*indio no es gente, ni casabe pan*" (Vélez, F. 1967: 51).

En nuestros días se ha reivindicado al indígena en la sociedad venezolana otorgándosele la tierra que les pertenece, así como las oportunidades que se merecen, de igual forma también se reivindica al casabe al serle "descubiertas" sus virtudes nutritivas (alto en fibra y rico en carbohidratos complejos), los médicos recomiendan su continuo consumo con el fin de prevenir el cáncer de colon y otros problemas intestinales, por otra parte, al no estar formado por azúcares sencillos, puede ser disfrutado por los diabéticos sin peligro de complicaciones, de manera que paso a ser un producto de consumo mayoritario que en la actualidad es considerado en los mejores banquetes como parte de los entremeses más refinados y distinguidos.

3. El Casabe y la Arepa: Ayer, Hoy y Siempre

3.1. El Casabe Ayer

La yuca es uno de los cultivos alimenticios más importantes de los trópicos, originario del norte de Suramérica.

La yuca (*manihot esculenta*), es una planta americana de la cual los indígenas cuentan una hermosa historia relacionada con su nombre indígena "*manioc*", la historia relata que, un día aciago en la aldea se murió un muchacho (*manic*) que por ser hijo de un cacique fue enterrado con gran pompa al cabo de un tiempo, cuando de acuerdo con la costumbre, fueron a desenterrar sus restos, no hallaron ni rastros del cadáver en la fosa o agujero (*oca*). En lugar de los restos, encontraron una gran raíz, la manioc o mandioca, que se convirtió en el principal alimento de los indígenas de la región (Cartay R. 1995:52).

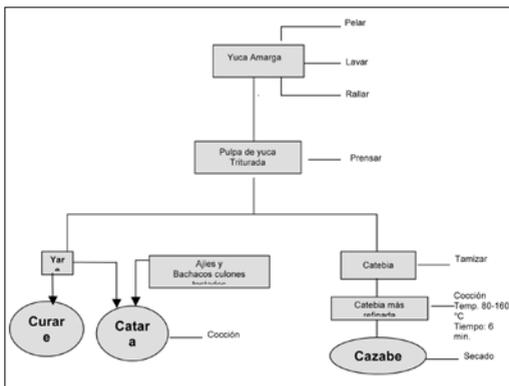
Hermosa historia que revela el paso de la muerte de un indígena a un alimento que permite y sustenta la vida de quien de él se alimenta y esto es justo lo que sucede en el proceso y elaboración del casabe, el cual es obtenido de la yuca amarga, esta contiene cierta cantidad de un glucósido llamado linamarina que por efecto de una enzima, la linasa, origina ácido cianhídrico, que es venenoso, para extraerle ese ácido cianhídrico que constituye ingrediente mortal del curare (veneno indígena), los indígenas idearon una ingeniosa tecnología, denominada sebacán o tipiti (Warner, E. 1991: 29-30).

Algunos arqueólogos sostienen que ese procesamiento de la yuca amarga pudo originarse en Venezuela en la región orinoquense cerca de un milenio antes de nuestra era, es como afirma el Dr. Lovera “un pan que tiene 3.000 años de existencia” (1998: 3-10).

Este hecho es sin duda un motivo para sentirnos orgullosos de nuestros orígenes, del ingenio de nuestros antepasados y de su cultura, este invento de la tecnología tuvo gran trascendencia social pues dotó por primera vez a aquellas comunidades prehistóricas de un alimento que podía ser almacenado por tiempo relativamente largo, constituyéndose importante elemento de intercambio que ha sido señalado como incentivo para la movilidad horizontal de esos grupos y que permitió que los indígenas precolombinos accedieran a un nuevo estadio cultural de sedentarismo y fundaran las primeras aldeas o pueblos en nuestra tierra (Lovera, 1991: 27).

En la actualidad la elaboración del casabe se realiza de la misma manera que fue realizada en por nuestros antepasados lo cual se puede detallar en el gráfico 1, esquema que se presenta a continuación.

Gráfico 1. Flujo Tecnológico de Elaboración del Casabe



Fuente: Diseño Propio, Año 2007

En la cocina venezolana, los primeros útiles de cocina fueron los que se utilizaron para el procesamiento de la yuca tal como lo describen Fuentes y Hernández (1993: 107), estos son:

- Rallos: Estos son fabricados en diferentes etnias con las características y cualidades estéticas que los distinguen como comunidades.
- Recipientes de maderas: como canoas en desuso y otros receptáculos de este mismo material y de corteza de árboles, que se utilizan para almacenar la masa de yuca rallada.

- Sebucanes: Prensas para extraer el jugo de yuca, son de forma cilíndrica, tejido elástico y dimensiones variadas acordes con la cantidad de yuca que se ha de procesar según las necesidades de la comunidad, dentro de ellas se coloca la masa ya rallada para exprimirla. Tiene dos asas en los extremos, por la superior se cuelga en una viga de madera y por la inferior se introduce otra con la cual se hala, aplicando presión hacia abajo, con ese movimiento se exprime y se compacta la masa húmeda de yuca, el zumo venenoso sale por los intersticios, dejando en su interior la blanca harina casi seca.
- Cernidores o manares: Objetos de tejido abierto fabricados con técnica de cestería, empleados para cernir la harina de yuca.
- Guapas grandes: Son grandes cestos redondos de tejido de cestería sobre los cuales se colocan los cernidores o manares para tamizar la yuca.
- Budares: Planchas redondas de barro o de hierro (fabricación industrial), donde se cocina la torta de casabe.
- Recipientes de calabaza o tapara: Son usados a modo de cucharones para colocar la harina de yuca sobre (Catebia) sobre el budare.
- Volteadores de Casabe: Son paletas de madera, de fragmentos de calabaza o tapara, objetos tejidos de cestería que son empleados para poder cocinar por ambos lados las tortas de yuca ya compactadas por la acción de calor del fogón.

4. El Casabe Hoy y Siempre

En la mayoría de los auto mercados y mercados del país en este momento se consiguen las tortas de casabe en diferentes presentaciones unas más artesanales y otras más industrializadas, se consiguen diversas marcas de casabes entre ellas podemos mencionar Warao, Cazabito, Casabe Rainforest Bread, K-sabito “La Rojera”, Casabe Gourmet; estas marcas comerciales no solo ofrecen el casabe tradicional sino también el saborizado con ajo y cebolla, la presentación de este tipo de casabe es en círculos de aproximadamente 3 centímetros de diámetro, los cuales sirven como entremeses acompañados de cremas, pates, vegetales y quesos. Se sirven estos casabitos en diferentes ocasiones muy relacionadas con fiestas y banquetes pues su presentación así como la forma de consumirla “en un solo bocado” responden a la necesidad de un mercado particular.

Desde 1999, diversas empresas entre ellas K-sabito “La Rojera” y la Comarca, lanzaron al mercado nacional un producto digno de exportar para lo cual realizaron estudios de mercados que arrojaron resultados positivos sobre la exportación

de los mismos, en plazas como Curazao, Aruba, Colombia y recientemente España, igualmente como Chicago en Estados Unidos y Bélgica, donde los gerentes de las empresas mencionadas confían que la demanda de las galletas de casabe venezolano tenderá a crecer (Boon L. 1999: 96-98).

También es importante resaltar que en Ocumare del Tuy los sectores agrícolas Rangel y Quebrada de Miguel, poseen procesadoras comunitarias, que permiten a los productores locales llevar a cabo la elaboración del casabe de una forma más automatizada y diversificada, con capacidad para producir aproximadamente cinco mil tortas semanales. (Perez, 2007).

Sin embargo, el casabe tradicional se sigue vendiendo a orillas de diferentes carreteras nacionales, son famosos como lo refiere Cartay, R. (2005: 79) “los casabes elaborados en Caripito, estado Monagas, especialmente el Villa, el de la Negra que se vende a orillas de la carretera Calabozo- San Fernando de Apure, y a la altura del Estero de Camaguán, el de Cúpira, estado Miranda, y el que se vende en la vía que va de Puerto la Cruz a Cumana”.

5. Preparaciones que tienen como ingrediente el casabe

De este pan, legado indígena, en forma de torta redonda y plana, delgada y grande elaborado con harina de yuca amarga se han derivado varias preparaciones muy populares en la gastronomía venezolana las cuales se presentan a continuación:

- El Jau-Jau: El cual es un casabe fino, suave, quebradizo y azucarado el cual se elabora a partir de la catebia pulverizada a la cual se le añade azúcar blanco, se pliega varias veces sobre si misma, para formar una especie de sobre rectangular. (Hernández y Fuentes 2004: 29).
- El Casabito: Entremés de casabe fino tipo galleta pequeño y redondo el cual se sirve con mantequilla y perejil y se coloca al horno.
- La Casabita: Postre elaborado con torta de casabe pequeña y delgada que se envuelve con una mezcla de panela y queso (de consumo en el estado Barinas)
- Sopa de Casabe: Sopa hecha con carne (pecho), tomates, cebolla, ajo, pimentón, mantequilla, casabe tostado y molido, sal. Se hace un caldo de carne con aliños; al ablandarse se cuele el caldo y se le añade el casabe, el pimentón en polvo y la sal. Al servirla se le agrega la mantequilla. Se acompaña con pedacitos de casabe tostado servidos aparte. (Cartay, R. 2005: 78-79)
- Carato de Yuca y Batata: Bebida indígena que se prepara mezclando casabe tostado, batata y

agua, que se cuece y se deja fermentar contenido en calabazas o la aguajina, típico de los grupos indígenas de la cuenca del Amazonas. (Cartay, R. 2005: 78-79)

- Naiboa: Disco de casabe, sobre el cual se esparce melado y trocitos de papelón, semillas de anís y en ocasiones coco rallado y queso blanco desmenuzado. Después de cocida se espolvorea con una mezcla de harina de yuca. Las mejores naiboas se realizan en los estados Miranda, Guárico, Anzoátegui, Monagas y en el Delta Amacuro. (Hernández y Fuentes 2004: 38).
- Gofio: Popular dulce cumanés que se hace con casabe molido, miel de caña, canela y clavo. (Atlas de Tradiciones Venezolanas 1998: 61)

6. La Arepa Ayer: El cultivo del Maíz Prehispánico.

El maíz, nombre proveniente del taino, o del caribe (mahis); en el origen del maíz existen tres teorías: 1. Que el maíz (Zeas) provino del teocinte (genero del maíz mexicano), por mutaciones sucesivas, o que provino de tipos primitivos como el maíz tunicado; 2. Que el maíz se origino de una forma silvestre tunicada de América del Sur, y que fue llevado a América Central, donde se cruzo con el tripsacum, de los cuales hay diez especies distribuidas por toda América, y especialmente en México y Guatemala. De este cruce pudo haberse originado el teocinte, unos 900 años d.C.; y la 3. El maíz, el teocinte y el tripsacum vienen de un antecesor común, muy remoto y extinguido, que en su evolución siguió formas paralelas. (León, Jorge. Fundamentos Botánicos de los cultivos tropicales, 1968: 146-147, citados por Cartay, R. 1991: 56).

Los vestigios más antiguos de la existencia del maíz corresponden a restos de polen fósil encontrados en la ciudad de México, y se remontan a una edad estimada en 80.000 años, anteriores a las fechas admitidas para la presencia del hombre en América. Los restos más antiguos de granos de maíz, y no de polen, se hallaron en América del Norte, de edades fluctuantes entre 5.000 y 6.000 años. En América del Sur, los hallazgos más recientes son de edades inferiores a los 3.000 años, de igual forma evidencias, probadas por el radiocarbono, indican que el maíz se cultivaba en Mesoamérica desde 2.500 a.C.; específicamente en la zona del norte de México y de Nuevo México. (Morley S.1975:142).

7. Descripciones de la Arepa que realizaron algunos cronistas luego del encuentro de dos mundos.

Joseph de Acosta escribió a finales del siglo XVI, lo siguiente:

“El pan de los indios es el maíz; cómenlo comúnmente cocido así en grano y caliente, que llaman ellos mote... Algunas veces lo comen tostado; hay maíz redondo y grueso... que lo comen españoles por golosina, tostado y tiene mejor sabor que garbanzos tostados. Otro modo de comelle mas regalado es moliendo el maíz y haciendo de su harina, masas y de ellas unas tortillas que se ponen al fuego, y así calientes se ponen a la mesa y se comen; en algunas partes las llaman arepas...” (Historia Natural y Moral de la Indias. Fondo de Cultura Económica, 1940: 301, (original: Sevilla, 1590). Citado por Cartay 1991: 59-60.

Samuel Champlain (1567-1535), conocido como el padre de Canadá, dice que:

“*Los indios utilizan una especie de trigo que ellos llaman mamáix, que es del tamaño de un guisante, amarillo y rojo. Cuando ellos quieren comer toman una piedra hueca con un pilón, y otra redonda en forma de mano. Después de haberlo puesto a remojar por una hora, lo muelen y lo reducen a harina en la mencionada piedra.*

Calientan esta sobre el fuego, y cuando está bien caliente le extienden encima la pasta en forma de tortas, que una vez bien cocidas comen enseguida, porque frías no tienen sabor” (Samuel Champlain “Breve discurso sobre las cosas más notables que Samuel Champlain de Brouages ha encontrado en las Indias Occidentales en el viaje que a ellas hizo en el año 1599 y en el año de 1601 como sigue”). Citado por Cartay R. 1991: 59

El maíz era de gran utilidad para los indígenas, no solo los alimentaba, sino que también sus cañas y hojas eran empleadas en la cestería, para encañizados como decoración y junto con las tusas servían para avivar el fuego del hogar.

Con el maíz los indígenas realizaron numerosas preparaciones culinarias no solo la arepa sino también se pueden mencionar tortillas, tamales, tortas, chicha y otras bebidas que de acuerdo a la historia y geografía de cada región tienen características particulares que las distinguen; incluso dentro de un mismo país podemos conseguir diversas formas de preparar un alimento, ejemplo de ello lo constituye la arepa de maíz venezolana, que de acuerdo a la región de donde provenga tendrá añadidos propios de ese terruño que la definirán.

8. La Arepa, Hoy y Siempre: El cultivo y comercio del Maíz en el presente.

El maíz sigue siendo la base de la alimentación de millones de americanos, indígenas y no indígenas. Su difusión al resto del mundo en la segunda mitad del siglo XVI, destinada en un principio, especialmente a la alimentación del ganado y a fines industriales (obtención de alcohol, dextrina, azúcar, aceite), se ha incrementado cada vez más. El maíz da buena cosecha en los climas más diversos y la ventaja sobre productos equivalentes del Viejo Mundo es que se da bien en regiones demasiado secas para el cultivo del arroz, o demasiado húmedas para el trigo.

Por su volumen de producción, superior a 400 millones de toneladas anuales, el maíz es el tercer cultivo mundial, apenas por debajo del trigo, y a veces igual al arroz. Pero su ritmo de crecimiento es más alto que el de los cereales, por lo que probablemente será el cultivo más importante en el próximo milenio (Wagner, 1991:27)

En Venezuela, el maíz es uno de los 6 rublos banderas que el gobierno nacional estableció para brindarle atención especial, con la promesa de alcanzar la soberanía agroalimentaria, y si bien es cierto que la producción de maíz tuvo un repunte entre 2004 y 2007 a partir del 2008 la producción comenzó a retroceder, originado principalmente por los controles de precios y los rescates de tierras.

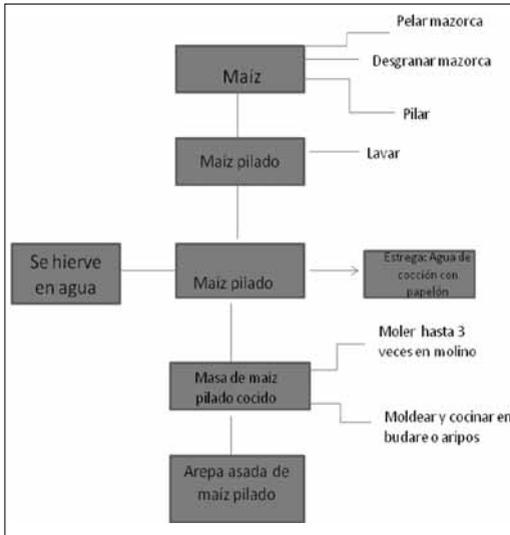
Para el 2009 la sequía y para el 2010 las lluvias intensas, así como las regulaciones en la fijación de precios por debajo de las estructuras de costos y desestimulos al sector por más de una década, han obstaculizado que la actividad agrícola venezolana del maíz progrese.

Para el año 2012, la producción de maíz creció el 2, 2% según las cifras oficiales del Ministerio de Agricultura y Tierras (MAT) (Contreras, 2013).

Para el año 2013, la situación agrícola de este rublo es compleja ya que persisten los limitantes para su producción y para satisfacer la demanda nacional debido a que solo el 34% de las necesidades del maíz entre blanco y amarillo se cubren con producción nacional siendo necesario importar el 66%. (Alfonzo, 2013)

Situación está que genera entre otras, serias fallas en el abastecimiento de la materia prima y de la harina de maíz precocido, ocasionando que los consumidores se vean obligados a visitar varios establecimientos hasta conseguir el producto, y comprar de manera limitada la harina de maíz precocida o comprar más caro el maíz por sacos para ser procesado, tal como se detalla en el grafico 2, donde se muestra el flujo tecnológico de elaboración de la arepa de maíz pilado.

Grafico 2. Flujo Tecnológico de Elaboración de la Arepa de Maíz Pilado



Fuente: Diseño Propio, Año 2007

9. Diferentes formas de preparación de las arepas en Venezuela, considerando las regiones gastronómicas.

Arepa de maíz pilado: Tal como se muestra en el diagrama anterior, este proceso comienza con el pelar o retirar la cascara de la mazorca de maíz para luego desgranarla y colocar esos granos en un instrumento casero especie de un mortero grande llamado pilón, una vez que se desprende la cascara del maíz se lava y se hierve en agua, posteriormente se pasa por un molino hasta tres veces para obtener una masa suave, que permita ser moldeada en forma circular; finalmente se coloca en el budare o aripos para realizar su cocción alrededor de 10 a 12 minutos. Este tipo de arepa es muy consumido en la región llanera y oriental.

- **Arepa de maíz precocido:** Esta forma de elaborar la arepa es mas práctica y es la forma en que se realiza en prácticamente en todos los hogares venezolanos, consiste en mezclar harina de maíz precocida con agua y un poco de sal, amasar por aproximadamente 5 a 10 minutos, hasta que la masa este suave y moldeable y luego colocar a cocinar, estas arepas pueden realizarse asadas, fritas, horneadas incluso hervidas.
- **Arepa de maíz pelado:** Esta arepa se elabora con los granos de maíz pelados, producto del tratamiento de los granos del maíz con ceniza y cal, este proceso que recibe el nombre de

nixtamalización, consiste en hervir el grano de maíz en agua con cal, luego se deja reposar durante la noche hasta el día siguiente, en este tiempo el grano revienta y se separa de la cascara. Si el proceso fue exitoso, el grano debe poder pelarse fácilmente entre los dedos al frotarlo; posteriormente se pasara por el molino hasta que se obtenga una masa fina y suave. Este tipo de arepa es muy común de la región occidental del país.

- **Arepa Andina:** Luego de la introducción de trigo y de los molinos para producir harina de este cereal, los indígenas de la región andina, dieron origen a una arepa típica llamada "arepa andina de trigo", alimento que entrelaza la herencia aborigen y la europea. (Lovera, 2002). Su preparación consiste en mezclar harina de trigo con agua o agua miel de papelón o leche y huevos. Se les da forma a las arepas de manera que queden muy delgadas. Luego se colocan en budare y se perforan con un tenedor mientras se asan.
- **Arepa de yuca:** Este tipo de arepa muy presente en la mesa de la región Guayana y Amazonas es elaborada con harina de yuca molida y/o mañoco. La arepa de mañoco de almidón se puede comer como acompañante de cualquier comida o sola. Su preparación se basa en agregar el mañoco de almidón en un envase que sirva como molde; se le agrega agua dependiendo de la cantidad de almidón que va a utilizar. Se deja reposar hasta que absorba el agua y se vierte sobre un lugar liso y limpio, después se pica con un cuchillo en partes iguales de un grosor adecuado para luego freírlo en aceite bien caliente

Las arepas de acuerdo a su tipo de cocción pueden ser categorizadas como sigue:

- Asadas
- Horneadas
- Hervidas
- Fritas

Considerando también las diferentes regiones de Venezuela y más aún la diversidad de preparaciones de este condumio en los hogares, encontramos que pueden ser preparadas de muchas maneras añadiéndole otros aromas y sabores que las hagan más apetecibles al paladar, entre ellas tenemos las más populares:

- Arepita Dulce (anís, papelón)
- Arepa de Coco (coco, papelón y se cocina sobre una hoja de uva de playa en parrilla)
- Arepa de Chicharrón (chicharrón piel y grasa de cerdo)
- Arepa de Queso (queso blando y duro rallado)
- Arepa Aliñada (huevo, queso, papelón, anís, polvo de hornear)

- Arepa con Plátano Maduro (plátano o cambur maduro molido y se coloca sobre hoja de plátano)

10. Futuro del consumo de la Arepa de Maíz

La arepa es el pan por excelencia del pueblo venezolano, es el legado indígena de mayor trascendencia en el país y de otros países vecinos, la arepa constituye un valor cultural añadido al maíz como alimento.

De esta forma, la arepa identifica a un grupo humano, responde a un imaginario colectivo a una memoria común y su sola evocación, mención o consumo produce sentimientos o emociones relacionadas con la familia, con la infancia, con la patria. Este alimento forma parte del menú diario en toda la geografía nacional siendo quizás el plato más popular, pues su sabor no perturba el acompañamiento de ningún otro alimento.

En otros tiempos se realizaba con maíz crudo, pilado y su elaboración requería de mayor tiempo y dedicación por parte de las amas de casa quienes principalmente se dedicaban a las tareas culinarias y domésticas. En los tiempos actuales y modernos la producción de la arepa de maíz se ha simplificado, sobre todo en las grandes ciudades, y ello debido a la introducción en el mercado de la harina de maíz precocida, harina a la cual se le ha incorporado vitaminas y minerales que por efecto de la industrialización pierde en su fabricación.

De hecho, en el mercado venezolano existen varias marcas de harina de maíz precocida, tales como Juana, De masa, Mercal etc., pero sin duda alguna la más popular y la que los venezolanos de reciente generación asocian a sus recuerdos, es la Harina PAN (Producto Alimenticio Nacional: PAN), producto líder en la comercialización de harina de maíz blanco precocida, debido a que es uno de los productos que más se repiten en la ingesta del consumidor venezolano. Sin embargo es importante acotar que en muchos hogares de Venezuela sobre todo en el interior del país se sigue consumiendo la arepa de maíz pilado y esta se sigue elaborando en los aripos de barro o en budares de hierro y no en artefactos de la inventiva moderna como el *Tosty Arepa*, el cual consiste en dos planchas superpuestas con recubrimiento antiadherente y con círculos demarcados donde se coloca la masa de maíz precocida, previamente amasada en forma de pelota y se cierra por aproximadamente 8 -10 minutos los cuales serán indicados por el artefacto mediante una luz, posteriormente la arepa cocinada de esta forma estará lista para el consumo.

Debe señalarse que este alimento que constituye parte del patrimonio gastronómico del venezolano,

tiene una función económica, en torno a la cual giran no solo su producción y/o cultivo y la forma en la cual se comercializa, sino también que existen una variedad de artefactos relacionados con su elaboración como son el pilón, los aripos, budares, tosty arepas etc. Que se venden en el mercado y que ayudan a preservar la elaboración y consumo de la arepa.

De esta forma también la comercialización de este alimento se ha extendido mucho a nivel nacional e incluso internacional a través de las famosas Areperas que son servicios de alimentación, donde se venden arepas con cualquier tipo de relleno imaginable, siendo los más comunes: el de queso de diversos tipos, de jamón, de caraoas y queso, de reina pepeada etc.

Hoy en día vemos como empresas de comidas rápidas como *Mc Donal's*, incluye dentro de sus ofertas para los desayunos un "combo" consistente en una arepa rellena con queso y jamón y un vaso de jugo de naranja. Puede decirse que en nuestro medio compiten la arepa y la hamburguesa como alimentos de rápido consumo, con gran ventaja sobre la segunda (Lovera, 2002). Considerando incluso el punto de vista de nutrición con la arepa rellena puede lograrse una comida bien equilibrada y nutritiva sea para el desayuno o la cena.

Es común también observar en las neveras de los automercados de cualquier ciudad, arepas precocidas de diversas marcas y con diversos aditivos, listas para su consumo una vez se hayan calentado en microondas o en el horno.

En la actualidad en laboratorios de tecnología de alimentos de la Universidad Venezolana, se llevan a cabo proyectos para elaborar arepas de larga duración a temperatura ambiente; producto que se concibe para facilitar el servicio de alimentación de programas escolares, militares, penitenciarias, hospitales, casas de la alimentación o para ser utilizadas en situaciones de contingencia en el país.

Todo esto nos lleva a inferir que la arepa como parte del patrimonio culinario expresa el perfil productivo del país, el medio ambiente, la historia y cultura, por lo que sus alcances e implicaciones son múltiples.

En Venezuela, existe sin duda alguna diversos tipos y formas de preparar las arepas de acuerdo a cada región del país, sin embargo las mencionadas en este trabajo son las más comunes, aquellas que día a día se cocinan en los hogares y se sirven en la mesa para ser degustadas.

11. A modo de Conclusión

El casabe y la arepa constituyen una herencia indígena de beneficiosas cualidades nutritivas que forman parte del régimen alimentario vene-

zolano y que representa un rasgo de su cultura, una huella de la alimentación prehispánica que ha logrado trascender al paso del tiempo. Y que aspiran a ser conocidas y apreciadas en otras mesas internacionales.

Es por ello, que es necesario conocer a fondo los recursos de las regiones que producen maíz y yuca, para explotar su potencial, es imprescindible dar a conocer y divulgar masivamente a través del sistema educativo, todos aquellos aspectos de la cultura popular relacionados con la producción del maíz y la yuca, y con la preparación de estos alimentos, con el consumo de los mismos, con la creatividad de los cocineros y cocineras, para adecuarlo a los nuevos tiempos sin desvirtuar su esencia, esto es involucrar las tendencias actuales teniendo como marco referencial las tradiciones de la región.

De esta manera, los resultados parciales de este trabajo se enmarcan en fomentar acciones que promuevan el consumo de estos alimentos que aseguren una mejor nutrición y salud de la población y en fomentar como herramienta de divulgación la oferta alimentaria y gastronómica de los territorios rurales a través de las rutas alimentarias.

Para ello en una segunda fase de esta investigación se tienen previstas reuniones con los diferentes sectores que tienen relación con la producción de estos dos importantes alimentos, para involucrar a las comunidades agrícolas de la región, las amas de casa, los sectores educativos y el gobierno local y regional, con el fin de propiciar la reflexión colectiva que permita comenzar a conceptualizar y desarrollar las rutas alimentarias y/o gastronómicas de los sabores prehispánicos.

Finalmente, disfrutemos el consumo del casabe y la arepa, este legado indígena porque consciente o inconscientemente estaremos preservando la identidad venezolana y mas allá la identidad latinoamericana.

Bibliografía

- Alfonzo A., Carmen Sofía
 (22 de mayo de 2013) "Gobierno obstaculiza que la arepa llegue a la mesa" Diario El Nacional. Economía y Finanzas Pág. 2. Venezuela
 Atlas de Tradiciones Venezolanas
 1998. Fundación Bigott, Diario El Nacional.
 Becco, Horacio.
 1991. "Crónica de la naturaleza del nuevo mundo" Cuadernos Lagoven S.A. Editorial Arte. Venezuela.
 Boon, Lisette.
 1999. "Casabe de exportación. La galleta Venezolana". Revista Estampas No. 2402 (pp. 96-98).

- Catálogo del Patrimonio Cultural Venezolano 2004-2006 (2006). Instituto de Patrimonio Cultural: Venezuela. Versión Digital.
 Cartay, Rafael
 1991. "Historia de la Alimentación del Nuevo Mundo" Tomo 1 Ed. 1ra, Editorial Futuro C. A. Venezuela.
 Cartay, Rafael
 1995. "El pan nuestro de cada día". Editorial Fundación Bigott. Venezuela.
 Cartay, Rafael
 2005. "Diccionario de Cocina Venezolana". Editorial Alfadil. 1ra Ed. Venezuela.
 Contreras C., Angie
 (04 de agosto de 2013) "El modelo agrícola que no prospero" Diario Universal. Cuerpo1 Pág7. Venezuela
 Estrada, Pascual
 2007. Salud Indígena en Venezuela - Mapa General. Ediciones de la Dirección de Salud Indígena, Ministerio del Poder Popular para la Salud. Venezuela.
 Fuentes, Cecilia y Hernández, Daria
 1993. "Fogones y cocinas tradicionales de Venezuela" Ediciones Cavendes. Venezuela.
 Fuentes, Cecilia y Hernández, Daria
 2004. "Dulcería Criolla" Editorial Fundación Bigott. Venezuela.
 Instituto Nacional de Estadísticas
 2011. Primeros resultados Censo Nacional 2011: Población Indígena de Venezuela –documento en línea- <http://www.ine.gov.ve/población/pobEdadcomunindigena.htm>- consultado el 27/07/2013.
 Lovera, José R.
 1991. "Gastronomía Caribeña Historia, Recetas y Bibliografía" Editorial CEGA Venezuela.
 Lovera, José R.
 1998. "Historia de la Alimentación en Venezuela" Editorial CEGA. 2da Edición. Venezuela.
 Lovera, José R.
 (10 de octubre de 1998) "Sustento de nuestra nacionalidad" Diario El Universal cuerpo 3 Pág. 10.Venezuela
 Lovera, José R.
 (16 de abril de 2002) "Arepa nuestra de cada día" Diario El Universal cuerpo 5 Pág. 1.Venezuela
 Lovera, José R.
 2004. "Regiones Alimentarias de Venezuela" II Congreso Nacional Gastronómico de Popayán. Corporación Gastronómica de Popayán. Ministerio de Cultura de Colombia. Colombia
 Morley, Sylvanus.
 1975. "La Civilización Maya" Fondo de Cultura Económica, 5ta reimpresión: México.

- Pérez, Ana María
(19 de agosto de 2007) "Ocumare celebra XVI Feria Internacional del Casabe" Diario El Universal cuerpo 4 Pág. 5. Venezuela
- Rivas Alfonzo, Bertha.
2006. "Intercambio Gastronómico y Cultural: Oportunidades de innovación en el sector de la restauración". Revista Turismo, Patrimonio y Desarrollo. Vol. 3 No. 2, Noviembre. México.
- Vélez, Fermín.
1967. "El Folklore en la Alimentación Venezolana" 2da. Edición. Instituto Nacional de Nutrición. Caracas.
- Warner, Erika.
1991. "Más de quinientos años de legado americano al mundo" Cuadernos Lagoven S.A. Editorial Arte. Venezuela.

Recibido: 02/03/2012
Reenviado: 12/08/2013
Aceptado: 05/11/2013
Sometido a evaluación por pares anónimos

Opiniones y ensayos

Turismo e capital social: uma aproximação teórica e conceitual

Maria Rita Oliveira Nunes*

Kaline Mendonça dos Santos**

Francisco Fransualdo de Azevedo***

Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Brasil)

Resumo: As mudanças no modo de produção no século XX levaram o homem a modificar o seu modo de vida. Diante disso, o capital encontra mais uma forma de exploração econômica, o turismo. Analisa-se o turismo relacionando-o ao capital social, baseado em Putnam (2000) e paralelamente pesquisas bibliográficas de autores que analisam o tema. Tal objeto de pesquisa é incipiente, mostra amplo campo de investigação, valorizando o capital social como estratégico para o desenvolvimento local. Foram analisadas comunidades do litoral cearense, notadamente a prainha do Canto Verde no município de Beberibe – CE. Com esta análise é possível vislumbrar a possibilidade de um turismo alternativo, que contraponha a exploração perversa e predatória tão comum em diversos destinos turísticos, especialmente no Nordeste brasileiro.

Palavras-chave: Turismo, Capital Social, Desenvolvimento, Comunidade, Nordeste.

Tourism and social capital: a theoretical and conceptual approach

Abstract: The changes in the mode of production in the twentieth century led man to change their way of life. Thus, the capital found another form of economic exploitation, tourism. This paper analyzes the tourism relating to the social capital, based on Putnam (2000) and parallel literature searches of authors who analyze the issue. Such an object of research is in its begin, shows wide field of research, valuing the social capital as a strategic for the social development. We analyzed communities of Ceará, mainly the Prainha do Canto Verde Beberibe - CE. It is possible to envisage the possibility of an alternative tourism, which opposes the predatory exploitation commonly practiced in many tourist destinations, particularly in the Brazil Northeast.

Key Words: Tourism, Social Capital, Development, Community, Northeast.

1. Introdução

A partir do final do século XX, com um processo intenso de desindustrialização, especialmente nas economias urbanas dos países desenvolvidos,

observa-se uma significativa expansão de setores da economia pouco explorados no cenário mundial. Harvey (1992 :140), denomina esse momento como um período de transição do regime fordista para a acumulação flexível, o qual “envolve rápidas mudan-

* Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2012) e Bacharel em Turismo pela Universidade Federal da Paraíba(2010). E-mail: mariaritatour@hotmail.com

** Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2012) e Bacharel em Turismo pela Faculdade Católica Santa Teresinha (2008).

*** Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia, Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe, Bacharel em Ciências Econômicas e Licenciado em Geografia. Professor Adjunto da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: ffazevedo@gmail.com

ças dos padrões de desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões geográficas, criando um vasto movimento de empregos 'setor de serviços', bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas".

A empresa fixa e rígida se desestabiliza e vai, dessa maneira, encontrar na expansão de sua rede, uma nova forma de se realizar a produção. Na busca por novos espaços comerciais, a sociedade se ramifica e encontra em lugares até então não característicos de uma produção de massa, um vasto campo de comercialização. No novo espaço industrial há a separação do processo produtivo em diferentes localidades (Castells, 2000 : 478). A globalização modifica as relações do mercado, os sistema do mundo, todavia, as relações humanas.

Castells (2000), afirma que a sociedade em rede vive em uma cidade global. E a define como um processo e não como um lugar. Processo pelo qual os centros produtivos e de consumo de serviços avançados e suas sociedades auxiliares locais estão conectados em uma rede global, (...) (Castells, 2000:469).

O mundo se conecta e se modifica, havendo nós de conexão, centros conectores, e locais de fluxos. Tais aspectos na sociedade tanto homogeneizam como ressaltam o diferente, em uma relação dialética e controversa. As mudanças ocasionadas são refletidas na sociedade e na forma como nos relacionamos frente às questões, sociais, econômicas, ecológicas e tantas outras pautas que envolvem nosso mundo.

Dentro dessa lógica global está inserida a atividade turística, que vem como uma das formas mais dinâmicas do setor de serviços. Dessa dinamicidade surgem as problemáticas intrínsecas aos processos de produção da sociedade capitalista atual, o distanciamento do trabalho do trabalhador, o lucro acima de todas as relações de produção, exploração, exclusão, falta de liberdades entre outros aspectos (SEN, 2000).

O turismo se trata de uma atividade complexa e multidimensional, uma atividade (trans) formadora de paisagens e de espaços, e todas as relações sociais que se modificam ou surgem a partir do que a atividade proporciona aos agentes envolvidos, há necessidade de se pensar e estudá-la por diversos ângulos, o que torna a questão rica de múltiplos olhares.

Como dito, a atividade proporciona a geração de novos espaços e as transformações de alguns já existentes. O turismo é compreendido como prática social e também, sobretudo, como atividade econômica, é um produtor de espaços (Cruz, 2009). Entendendo que o espaço, é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetivos e sistemas

de ações, não considerados isoladamente, mas como um quadro único no qual a história se dá (Santos *apud* Cruz, 2009).

A atividade turística, como determinante de espaços e cenários, se apropria dos lugares, e explora dela os recursos, naturais, econômicos e sociais. Por ser uma atividade predominantemente excludente, o turismo precisa de agentes responsáveis que lidem com essa problemática de maneira crítica, considerando várias outras dimensões além da econômica e com olhares para a população.

Nota-se a partir do exposto a importância da organização social e fortalecimento de instituições comunitárias. A sociedade como agente atuante nas políticas de turismo é o foco principal que o artigo pretende permeiar sua discussão. Analisar através de pesquisas bibliográficas, sendo esta elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e atualmente com material disponibilizado na Internet (GIL, 2007:63), em fontes secundárias e desenvolver uma apreciação teórico-conceitual sobre a relação entre o capital social e o turismo, tema até então recente na literatura dos estudos turísticos e central nesse trabalho.

De acordo com esse contexto, Dencker (2007:35), afirma que a investigação científica do turismo está inserido no campo das ciências sociais aplicadas, e o mesmo segue a dinâmica dessas ciências em relação à evolução da abordagem metodológica. Muitas são as disciplinas que tratam da questão do turismo, o que configura o turismo mais como um campo científico do que como ciência independente, com dinâmica própria.

Corroborando (Piaget, 2007:41, *apud* Dencker), que a interdisciplinaridade é uma interrelação orgânica dos conceitos das diferentes disciplinas até o ponto de constituir uma nova unidade formada com as proposições de cada uma das disciplinas particulares. Isso compreende um processo de integração interna e conceitual que rompe a estrutura de cada disciplina para constituir um conjunto axiomático novo e comum a todas elas, com a finalidade de dar visão unitária de um setor do saber.

A partir das definições do campo teórico do capital social, percebe-se a importância de compreender como um conjunto de conhecimentos científicos configurando uma totalidade, de forma que possamos compreender a interdisciplinaridade entre o capital social e o desenvolvimento da atividade turística.

O termo Capital Social fora inicialmente, cunhado por Pierre Bourdieu em dois artigos breves: *Le capital social: notes provisoires* (1919) e *Les trois états du capital cultural* (1980); e também é objeto de estudo de diversas outras áreas, como a economia, turismo e direito.

A partir das definições do campo teórico do capital social, percebe-se a importância de tal capital para a gestão e desenvolvimento da atividade turística. Inicialmente faremos uma análise conceitual do termo e os diversos usos que este adquire no decorrer do tempo e afunilaremos a discussão no tocante a importância do capital social para o desenvolvimento de uma atividade turística sustentável e socialmente responsável.

Sendo o turismo um setor da atividade econômica, é notória a importância deste para o desenvolvimento de regiões as quais escolhem esse tipo de atividade para exercer sua economia. No entanto, a discussão acerca de como esse desenvolvimento está sendo gerido e como se realiza sua atividade é primordial.

A problemática que esse artigo propõe abordar é a tentativa de se ter uma atividade que seja voltada tanto para o trabalhador como para a comunidade envolvida, na prerrogativa de um desenvolvimento regional equilátero.

2. Capital Social: contextualizando um aporte conceitual

Capital é uma palavra forte e, como conceito, é um dos mais importantes e mais controversos nas ciências sociais. Karl Marx, no século XX, definiu-o como um produto da mais valia (trabalho não pago) produzida pelo trabalhador e apropriada pelos meios de produção. Já para a economia clássica, fica a ideia de que capital é o produto do trabalho utilizado para a produção de outros bens (D'Araujo, 2003).

A ideia de capital remete-nos a mercado, propriedade privada, trabalho assalariado, recursos econômicos, riqueza e miséria. Em ciências humanas, embora várias críticas adjetiva-se os vários tipos de capitais, no sentido de recursos e que não depende apenas de características naturais ou financeiras, mas que o próprio ser humano é um a forma de capital, com suas habilidades e capacidades, o que seria chamado de capital humano (D'Araujo, 2003).

Já o conceito de capital social surge no campo da ciência sociológica. Bourdieu (1998:67 *apud* Nogueira e Catani (orgs)), inicia a discussão afirmando:

«O capital social é o conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-relacionamento, ou em outros termos, à vinculação a um grupo, como conjunto de agentes que não são somente dotados de propriedades comuns, mas também são unidos por ligações permanentes e úteis».

O autor assinala a formação do capital social como a interação entre agentes em comunidades que atuam em conjunto, com relações não apenas de parentesco, mas institucionalizadas, demarcadas pelo tempo e por objetivos comuns. Pessoas com objetivo determinado individualmente, unidos coletivamente, criam e formulam uma forma de interação e crescimento mútuo.

Nesse sentido, Bourdieu, 1998:67 *apud* Nogueira e Catani (orgs) destaca:

«O volume do capital social que um agente individual possui depende então da extensão da rede de relações que ele pode efetivamente mobilizar e do volume do capital econômico, cultura ou simbólico que é posse exclusiva de cada um daqueles a quem está ligado».

O capital social está vinculado ao capital humano e econômico, cada qual com sua especificidade, porém relacionados. Não é objetivo desse artigo sua diferenciação, porém nota-se a importância do estudo do capital social, no tocante as suas ramificações e influências. De acordo com Higgins, 2005:29 “[...] a construção teórica do capital social é uma espécie de eclipse com dois focos. O foco político e o foco utilitarista e econômico”.

Falar de capital social é transitar na ambígua fronteira entre o econômico e o social, é o novo ponto de encontro entre as ciências sociais e as ciências econômicas (Higgins, 2005:34). Tal assertiva nos faz entender a necessidade do diálogo e do entendimento dialético das relações do capital social, vislumbrando não o suprimento de um para a afirmação do outro, mas da necessidade de um trabalho em conjunto, na perspectiva do alcance coletivo, um bem maior e abrangente.

Para o referenciado autor o foco político da discussão encontra-se em Pierre Bourdieu já precitado, e o foco utilitarista e econômico seria pelo James Coleman, o qual intitula o capital social como elementos da estrutura social que cumprem a função de servir como recursos para que agentes individuais atinjam metas e satisfaça seus interesses (Higgins, 2005:34), interesses estes que envolvem o crescimento econômico de determinado grupo, tal grupo sendo favorecido pelo capital (intelectual, cultural, social) que cada participante obtenha em sua vida.

Coleman (1990) traz para essa discussão a análise estrutural do modo de produção capitalista o qual criou em torno de si, segundo o autor, uma ficção na sociedade moderna compatível com o desenvolvimento da economia clássica e neoclássica, e com muitos dos movimentos intelectuais ocorridos no século dezanove. Tal ficção consiste em um conjunto de indivíduos independentes,

cada qual age para alcançar seus objetivos que independentemente alcança e que o funcionamento do sistema social consiste na combinação perfeita do mercado, melhor ilustrada por Adam Smith por “mão invisível”. (Coleman, 1990:2).

A teoria econômica (neo) clássica incentivou por séculos a ideia que o ser como ator social é um agente único, que deve ser cometido do sucesso individual e que ele, por si só, seria o garantidor do seu sucesso econômico. Tal ficção, de acordo com o autor permeou as filosofias econômicas durante os séculos, dezoito e dezenove.

Existe, no entanto, um grande corpo de trabalhos na economia referente à nova instituição econômica, que tenta mostrar, dentro da teoria neoclássica, ambas as condições de crescimento da economia da instituição econômica particular e seus efeitos sobre essas instituições (que é, da organização social) do funcionamento do sistema (Coleman, 1999: 3). Em uma visão neoliberal, o autor reafirma a condição de ação individual, ou em conjunto para o crescimento econômico, isentando dessa maneira a participação efetiva do Estado, como garantidor do bem estar social. Difere-se um pouco da noção de capital social, empiricizada por Putnam.

O capital social é definido por usar características comuns. Não é uma etnia única, mas uma variedade de diferentes etnias tendo duas características em comum: elas todas consistem em alguns aspectos de estruturas sociais e facilitam certas ações de indivíduos que estão dentro dessa estrutura (Coleman, 1999).

Fukuyama (2000:1) assinala que capital social é uma norma atuante e informal que promove a cooperação entre dois ou mais indivíduos. Mostra dessa maneira que as normas que formam o capital social abarcam o processo desde a reciprocidade entre dois ou mais amigos até as doutrinas mais complexas e articuladas como o cristianismo (Higgins, 2005).

Diversos autores se debruçaram na explicativa e teorização do tema (Coleman, 1999; Fukuyama, 2000; D’Araujo, 2008; Baquero, 2008; Higgins, 2005), Robert Putnam em seu livro “Comunidade e Democracia: a experiência da Itália Moderna”, escrito em 1996, analisa com profundidade a importância do capital social e os fatores favoráveis para essa condição e de desenvolvimento de certas regiões, no caso da Itália o Norte mais desenvolvido que o Sul do país.

Defende que a confiança é um componente básico do capital social (Putnam, 2006:180). E tal substantivo irá permear praticamente toda a análise do objeto de seu estudo. O autor ressalta que sem a confiança e a cooperação dos agentes individuais a sociedade não se torna uma comunidade cívica, com

todos os deveres e direitos que uma comunidade organizada detém ou pode obter.

De acordo com Lorry (1987) *apud* Coleman, 1990, o capital social é um conjunto de recursos que são indiferentes nas relações familiares e na organização social da comunidade. Ambas as relações tem o imperativo de estarem alicerçadas e a promoverem a cooperação. Quanto mais elevado o nível de confiança numa comunidade, maior a probabilidade de haver cooperação e a própria cooperação gera confiança.

A análise central do Putnam é mostrar que quanto mais organizada, mais envolvida e mais inteirada da sua situação é a sociedade, mais desenvolvida socialmente ela é. Assim como outras formas de capital, o capital social é produtivo, possibilitando a realização de certos objetivos que seriam inalcançáveis se ele não existisse (Putnam, 2006:177).

O autor assinala que os sistemas de participação cívica é a forma essencial de capital social, quanto mais desenvolvido forem esses sistemas em uma comunidade, maior será a probabilidade de seus cidadãos serem capazes de cooperar em benefício mútuo (Putnam, 2006:181).

Dentro desses padrões de confiança e cooperação, Putnam, 2006, afirma a possibilidade de se medir e se estocar o capital social existente nas sociedades. De tal maneira que ao analisar as cidades na Itália, encontrou a presença de fatores os quais estariam presentes em localidades com o alto índice de organização social em comunidades cívicas.

«Os estoques de capital social, como confiança, normas e sistemas de participação, tendem a ser cumulativos e a reforçar-se mutuamente. Os círculos virtuosos redundam em equilíbrio sociais com elevados níveis de cooperação, confiança, reciprocidade, civismo e bem estar coletivo caracterizam a comunidade cívica (Putnam, 2006:187)».

Ele elenca indicadores de solidariedade social para delimitar a existência ou não de uma comunidade cívica na região italiana. Entre eles estão: vibração da vida associativa (clubes de futebol, sociedades, clubes de excursionistas); comparecimento às urnas; existência e leituras de periódicos; sindicatos (índices maiores ou menores); sentimento de impotência (sinalizando baixo grau de confiança e cooperação), (Putnam, 2006).

Tais características foram encontradas em cidades as quais a participação social eram elevadas, a população era iterada de sua realidade, conseqüentemente tais regiões eram mais desenvolvidas. Em outras palavras, parece que as regiões economicamente mais adiantadas têm governos regionais mais eficientes simplesmente

porque nelas há maior participação cívica. As regiões onde há muitas associações cívicas, muitos leitores de jornais, muitos eleitores politizados e menos clientelismo parecem contar com governos mais eficientes (Putnam, 2006:112).

Pensando em sentido oposto a inexistência dessas características na comunidade não cívica também é algo que tende a auto-reforçar-se (Putnam, 2006:187). Comunidades as quais não são organizadas há desconfiança, não cooperação tende a serem menos desenvolvidas e pouco preocupadas com a sua cidade ou região. Trazendo tal realidade para o cenário brasileiro, reflete-se a situação do individualismo e da falta de cooperação entre as comunidades aqui existentes.

O capital social é imprescindível para o crescimento e organização da sociedade, como agente protagonista de sua história e decisões acerca da utilização de seu local para a exploração turística ou de qualquer outra forma de uso. Todas as formas de crescimento devem primar pelo desenvolvimento em uma perspectiva de ampliação das liberdades (Sen, 2000).

3. O capital social como fator de desenvolvimento associado ao turismo: uma breve contextualização.

De acordo com as reflexões sobre o capital social citados nesse artigo dando ênfase ao turismo como um setor que contribui para o desenvolvimento de uma localidade, esse desenvolvimento deve ser relacionado concomitantemente às ideias condizentes com o conceito de capital social. É importante compreender a complexidade e a abrangência com que o capital social pode ser aplicado, sendo essas ideias ligadas ao planejamento do desenvolvimento regional e principalmente às possibilidades de um desenvolvimento pautado no planejamento participativo, integrado, duradouro, visando ao desenvolvimento sustentável, endógeno e local.

Conforme Sen (2000:28-29) prioriza-se analisar o desenvolvimento na sua ampla acepção terminológica, tendo em vista que “uma concepção adequada de desenvolvimento deve ir muito além da acumulação de riqueza e do crescimento do Produto Nacional Bruto e de outras variáveis relacionadas à rede”. É importante considerar o crescimento econômico, mas é preciso enxergar muito além dele. O desenvolvimento deve estar necessariamente imbricado às melhorias sociais e as liberdades de que desfrutamos, refletindo-se, sobretudo, na qualidade de vida dos indivíduos e no seu bem-estar. Desenvolvimento que Sen (2000) defende como um processo integrado de expansão de liberdades substantivas interligadas.

As bases do desenvolvimento da atividade turística não devem estar focadas apenas no fator econômico, e voltadas apenas para uma visão macro e central no processo de desenvolvimento dessa atividade. Conforme Coriolano (2007: 45), o turismo é uma das mais novas formas do processo de acumulação, que vem produzindo novas configurações geográficas e materializando o espaço de forma contraditória, pela ação do Estado, das empresas, dos residentes e dos turistas. Com isso, os espaços passaram a ser recursos privilegiados do turismo.

Em relação ao espaço, Santos (1979 *apud* Coriolano, 2007) sinaliza que o mesmo reproduz a totalidade social na medida em que essas transformações são determinadas por necessidades sociais, econômicas e políticas. O espaço reproduz-se, ele mesmo, no interior da totalidade, quando evolui em decorrência do modo de produção e de seus movimentos sucessivos e contraditórios.

Para tanto, podemos compreender que para acontecer o desenvolvimento da atividade turística de forma sustentável em determinada região ou localidade é necessário diagnosticar que cada região/local apresenta suas peculiaridades, ou seja, tem sua formação territorial própria, como a autenticidade da cultural local, valores e costumes, aspectos geográficos, aspectos políticos, práticas sociais e econômicas, dentre outros fatores que fazem parte de um cenário que configura a identidade de um espaço.

De acordo com Rodrigues (2000: 58):

«Na contracorrente da globalização (perversa ou não), de repente, o lugar aparece com toda sua força, porque é nos fragmentos que se assenta o global. Global não significa homogêneo, nem uniforme, muito pelo contrário, o global se alimenta das diferenças. Eis aqui um ponto fundamental de reflexão para os estudiosos do turismo, uma vez que o turismo vive das especificidades dos lugares. Quase todos partem em busca do novo, do diferente, do exótico. Há que reforçar o lugar na sua expressão identitária, sem que isso signifique isolamento».

Diante disso, contemplando esse ideal de desenvolvimento M. Max-Neef (1994 *apud* Rodrigues, 2002:59), acredita que o desenvolvimento em escala humana, ou seja, em sentido diverso de crescimento econômico, propõe que as necessidades humanas sejam atendidas desde o começo e durante todo o processo de desenvolvimento, ou seja, que a realização das necessidades não seja só a meta, mas sim o próprio motor do desenvolvimento. Isto significa que a estratégia do desenvolvimento seja capaz de estimular permanentemente a geração de satisfação sinérgica, desde o princípio do processo de mudança e transformação.

Com isso, foi necessário buscar uma compreensão e ao mesmo tempo uma inter-relação entre os conceitos de capital social e de desenvolvimento, buscando uma aproximação desses conceitos com o fenômeno do turismo, importante atividade responsável por transformações econômicas, sociais e ambientais nas diversas regiões onde ocorre. É nessa perspectiva que encaminhamos o foco desse artigo, enfocando importantes reflexões sobre o capital social e suas contribuições para o desenvolvimento de uma atividade tão dinâmica e complexa que é o turismo.

Azevedo (2008:12) afirma que é de fundamental importância se buscar um modelo de desenvolvimento integrado, conciliando participação política da sociedade, ética, transparência, compromisso social e ambiental, leis de mercado mais justas para com a maioria da população. Relacionando o turismo às práticas de capital social, verifica-se que o capital social pode configurar-se como um elemento relevante na busca de desenvolver uma atividade turística, onde tudo é pensado, decidido, produzido e distribuído coletivamente, pensando na comunidade, em sua participação, cooperação e integração.

O capital social está consequentemente, associado às comunidades cívicas, formando um conjunto de pilares que sustentam normas de confiança e reciprocidade que se fazem necessárias para o sucesso do comportamento cooperativo.

A ideia principal para entender a comunidade cívica é a cidadania, pois a cidadania implica em direitos e deveres iguais para todos. Putnam (2006: 102) observa que tal comunidade se mantém unida por relações horizontais de reciprocidade e cooperação, e não por relações verticais de autoridade e dependência.

Putnam (2006: 182) coloca que a regra da reciprocidade generalizada serve para conciliar interesse próprio com solidariedade, pois:

«Num sistema de reciprocidade, todo ato individual geralmente se caracteriza por uma combinação do que se poderia chamar de altruísmo a curto prazo e interesse próprio a longo prazo: eu te ajudo agora na expectativa (possivelmente vaga, incerta e impremeditada) de que me ajudarás futuramente. A reciprocidade é feita de uma série de atos que isoladamente são altruísticos a curto prazo (beneficiam outrem à custa do altruísta), mas que tomados em conjunto normalmente beneficiam todos os participantes».

O autor ainda investigou em seus estudos empíricos os indicadores da comunidade cívica, buscando entender a presença e a aplicação desses indicadores em sociedades e comunidades que apresentam estruturas organizacionais e políticas tão distintas.

4. O turismo com base local e a dinâmica da comunidade: algumas notas

Estudar o turismo nos permite ter uma visão multidisciplinar que nos ajuda a compreender a importância dessa prática social, bem como o dinamismo dessa atividade sócio-econômica-cultural e, consequentemente, também entender o envolvimento de práticas sociais entre vários agentes sociais com interesses tão distintos.

Segundo (Rodrigues, 2000:58):

«propor o desenvolvimento com base local significa contrariar a racionalidade hegemônica vigente e fortalecer o que Milton Santos designa por “contrafinalidades”, que são localmente geradas, ou seja, pensar no “teatro de um cotidiano conforme, mas não obrigatoriamente conformista e, simultaneamente, o lugar da cegueira e da descoberta, da complacência e da revolta”»

Diante deste ideal de desenvolvimento de base local (com sustentabilidade), Aguiar (2007:104) estabelece os seguintes pressupostos:

- Dimensionar as potencialidades internas do território;
- Promover processos de inclusão social a partir do crescimento dos níveis de empregabilidade e de renda;
- Promover, capacitar e treinar os recursos humanos com vistas à mobilização de suas virtualidades e habilidades para realizações empreendedoras;
- Trabalhar para seu próprio desenvolvimento a partir de um esforço endógeno e autônomo de organização social;
- Dimensionar a ociosidade dos recursos humanos e naturais e do capital social básico ou economias externas existentes.

Para tanto há de se criar:

- Um processo de autonomia decisória local e comunitária;
- Uma capacidade local de captação de recursos para investimentos em atividades produtivas e de serviços com consciência e ação ambiental;
- Uma sincronia transdisciplinar e multissetorial no território com vistas à sustentabilidade das ações desenvolvimentistas;
- Um sentimento de pertença ao território de forma individual e principalmente coletiva.

O desenvolvimento com base local está, por conseguinte, associado ao desenvolvimento sustentável. O conceito de desenvolvimento sustentável aplicado ao turismo representa a aplicação prática de integração entre a atividade turística, a preservação

ambiental e a melhoria das condições de vida das comunidades locais. No entanto, tal conceito perde todo o sentido se no planejamento da atividade em nível local, a sustentabilidade não se restrinja a mera retórica e discurso vazio de sentido. Cabe, portanto, discutir e propor formas concretas de se promover um turismo ambientalmente sustentável, economicamente viável e socialmente justo, tendo como suporte a dinâmica local e o planejamento participativo (Rodrigues, 2000:58).

Conforme Rodrigues (2000:96 a 97):

«A participação local constitui um pressuposto decisivo para o fortalecimento de sistemas comunitários. Na especificação do conceito de participação, entretanto, o desenvolvimento do turismo sustentável deve deixar clara a distinção entre participação ampla em todos os estágios do processo de planejamento, implementação e controle de ações de desenvolvimento, e a simples manipulação de recursos humanos para a implementação de projetos, programas ou planos turísticos concebidos de fora e impostos à população de forma mais ou menos autoritária. Ou seja, a participação local não se confunde com modelos daquele tipo que “informa” a população sobre ações políticas. Ao contrário ela se fundamenta no envolvimento real de todos os atores sociais nos processos de implementação e de gestão, pois é através de seu engajamento efetivo que esses atores conseguem participar de uma ação global que se torna negociada e implementada».

Nesse contexto, nota-se a importância da vinculação do capital social no processo de desenvolvimento do turismo em comunidades que apresentam capacidades/vocações turísticas e, por conseguinte agentes sociais envolvidos no planejamento da atividade turística.

No entanto, a participação cívica, é um elemento fundamental na constituição do capital social, ou seja, quanto maior a integração da comunidade, maior será a capacidade de cooperação entre os agentes sociais. Putnam (2006), em seus estudos sobre as comunidades italianas, mostra alguns resultados do sistema de participação cívica, tais como:

- Eles aumentam os custos potenciais para o transgressor em qualquer transação individual. O oportunismo põe em risco os benefícios que ele espera obter em todas as demais transações em que está envolvido, bem como os benefícios de futuras transações (...);
- Eles promovem sólidas regras de reciprocidade. Os compatriotas que interagem em muitos contextos sociais “têm a faculdade de estabelecer sólidas regras de bom comportamento e de transmitir uns aos outros suas mútuas expectativas em múltiplos contatos estimulantes.” Tais regras são reforçadas pela “cadeia de relacionamentos

que dependem do gozo da reputação de manter promessas a acatar as regras de comportamento da comunidade”;

- Eles facilitam a comunicação e melhoram o fluxo de informações sobre a confiabilidade dos indivíduos. Os sistemas de participação cívica permitem que as boas reputações sejam difundidas e consolidadas. Como vimos, a confiança e a cooperação dependem de informações fidedignas sobre o comportamento pregresso e os atuais interesses de virtuais participantes, ao passo que a incerteza reforça os dilemas da ação coletiva. Assim, mantidas as demais condições, quanto maior for a comunicação (tanto direta quanto indireta) entre os participantes, maior será a sua confiança mútua e mais facilidade eles terão para cooperar.
- Eles corporificam o êxito alcançado em colaborações anteriores, criando assim modelo culturalmente definido para futuras colaborações. O filtro cultural estabelece uma continuidade, na medida em que a solução informal encontrada anteriormente para os problemas da permuta acaba por estender-se ao presente, tornando-se essas limitações informais importantes fatores de continuidade no processo de mudança social a longo prazo. (Putman 2006:18)

Com isso, os sistemas de participação cívica, como as associações comunitárias, representam, portanto, uma intensa interação horizontal, constituindo-se em forma essencial de capital social. Estes sistemas promovem regras de reciprocidade, melhoram a informação sobre confiabilidade dos indivíduos criando modelos para futuras colaborações (Vasconcellos, 2002 p.33).

No Brasil, as iniciativas comunitárias organizadas ainda têm pouca ou nenhuma expressão no planejamento de políticas públicas, todavia, elas existem e precisam de (re)conhecimento. Aqui nos detemos a uma breve reflexão sobre exemplos de comunidades organizadas que em prol da coletividade conseguem realizar outro tipo de atividade econômica, diferente daquela na qual poucos ganham e muitos perdem.

5. Algumas experiências do Turismo de Base Comunitária: breves considerações

Nesse contexto, podemos citar como exemplo de um processo de desenvolvimento com base local associado ao turismo, a experiência de algumas comunidades litorâneas do Ceará, comunidades tradicionais que pensam no turismo como uma atividade complementar/ alternativa/secundária,

de caráter sustentável. O turismo aí é praticado de acordo com as necessidades, responsabilidades e interesses da comunidade local, contrapondo ao desenvolvimento do turismo de massa e dos megaempreendimentos, que modifica a autenticidade cultural da comunidade, transformando os espaços, comprometendo o meio ambiente e descaracterizando o contexto local.

Portanto, citaremos um estudo empírico realizado por Coriolano (2009), que revela outras formas de pensar o turismo com outra concepção de desenvolvimento dessa atividade, focado na comunidade local, nos agentes sociais, na valorização da cultura, na preservação do meio ambiente, no fomento da economia tradicional e a valorização do lugar em sua singularidade e, em sua totalidade.

O processo de gestão e planejamento do turismo em algumas comunidades litorâneas do Ceará é liderado pela Ong Terramar. A rede de Turismo Comunitário que apresenta como sinônimo o turismo com base local – Tucum é composta de 12 experiências de turismo comunitário nas comunidades do Litoral Leste; de Batoque em Aquiraz, de Prainha do Canto Verde e Parajuru em Beberibe e Tremembé/São José e Buriti em Itapipoca; e no litoral oeste em Balbino de Cascavel, em Flecheiras e Guajiru de Trairi, em Caetanos de Cima em Amontada, e em Tatajuba de Camocim, Cural velho em Acaraú, Jenipapo-Kanindé de Aquiraz, Assentamento Coqueirinho em Fortim, Ponta Grossa de Icapuí, Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST-Fortaleza) e Conjunto Palmeiras em Fortaleza. A rede de Turismo Comunitário tem a função de fomentar na região um turismo que seja de acordo com as decisões que a própria população aceite e regimento, na maioria das vezes para se atingir o bem comum e a manutenção da localidade para as futuras gerações.

Nesse contexto, podemos compreender que uma comunidade em fase de estruturação do fomento do turismo, percebe que a capacidade de interação entre os agentes sociais pode ser um fator favorável ao alcance de seus objetivos, o que é um ponto de partida para o processo de desenvolvimento local, que é algo bem mais complexo.

Dentre as comunidades citadas por Coriolano que estão contempladas no projeto Terramar, a Prainha do Canto Verde localizada no município de Beberibe, distante a 30 km da sede municipal e a 126 km de Fortaleza, é o exemplo de desenvolvimento de comunidade local que iremos abordar nesse artigo relacionando ao turismo.

A Prainha do Canto Verde ficou conhecida não apenas pela beleza de suas praias e expressividade de suas festas, mas especialmente pelo turismo que promove, liderando um conjunto de comunidades que pensam o turismo de base local ou comunitário, voltado para o interesse dos residentes. Sua base

econômica é voltada para a agricultura e a pesca, comércio e serviços.

A localidade vem construindo uma história de 30 anos em defesa da terra, das condições de vida dos pescadores e da conquista e dos direitos humanos. A história de resistência, coragem e conquistas desta comunidade serve de referência a luta em defesa de uma sociedade mais justa e tem levado muitos estudiosos a analisarem o processo de desenvolvimento deste grupo enfrentando os agentes imobiliários, o poder econômico, com prática política em defesa de seus direitos.

A prainha do canto verde conta com a Associação dos Moradores os quais criaram através da parceria com o SEBRAE – CE a Cooperativa de Artesanato e Turismo – Coopecantur, nela há um Fundo social que faz girar a economia da região para o turismo. Conta com 4 pousadas e recebe por ano cerca de mil turistas, os visitantes podem contar ainda com auxílio de guias locais que os levam para trilhas e passeios, tanto a pé, quanto feito por bugueiros locais, que mostram as belezas e paisagens da prainha, sempre contando a história de resistência local e a importância da organização comunitária (www.prainhadocantoverdo.org).

O referido Fundo social, separa de 15% a 20% do arrecadado para investimento em projetos da comunidade, como ampliação das acomodações, compra de material, manutenção da escola, produtos para os pescadores, capacitação dos professores entre outras demandas (www.prainhadocantoverdo.org).

O turismo na Prainha é levado como alternativa e de auxílio na produção da renda local, a principal fonte de sustentação dessa população ainda é o pescado. A comunidade se caracteriza como comunidade tradicional e tornou-se em 2009 uma reserva extrativista, por esse motivo os moradores possuem apenas o uso da terra e não o direito de compra e venda.

Para Coriolano (2009:147):

«Na proposta de turismo comunitário, a comunidade é envolvida no projeto desde sua concepção até a distribuição mais igualitária dos lucros obtidos. Envolve a participação do nativo na tentativa de construção de estratégias condizentes com a realidade e a vocação do lugar, através de pequenas pousadas, pequenos restaurantes e algumas casas de aluguel. Esse tipo de turismo atende a demanda específica: grupos de pesquisadores, de famílias simples e turistas europeus que tiveram conhecimento do segmento e desejam experimentar o diferencial que o mesmo proporciona. O meio ambiente é entendido como parte da comunidade e de seus integrantes, contrariando o hábito da maioria das atividades humanas, onde o domínio sobre a natureza faz esquecer o homem como parte dela.»

Dessa forma, para Diegues (2001 *apud* Coriolo, 2009: 185), a prainha do Canto Verde enquadra-se no conceito de comunidade tradicional, porque seus moradores possuem dependência e relativa simbiose com a natureza e a partir dela constroem seu modo de vida; consideram o território como o espaço onde o grupo se reproduz economicamente e socialmente; moram nesse território por várias gerações, mesmo que alguns membros tenham se deslocado para outros centros urbanos; possuem reduzida acumulação de capital; realizam atividades de subsistência, ainda que a produção de mercadoria possa estar mais ou menos desenvolvida assim como relações de mercado; dão importância à família, as relações de parentesco ou compadrio para o exercício das atividades econômicas, sociais e culturais, dentre outras constatações.

A luta da comunidade Prainha do Canto Verde realiza-se na forma de associações, conselhos e instituições que se reúnem para tratar questões locais, como educação, saúde, trabalho, além das questões da pesca, turismo e artesanato. Para isso, promovem seminários, assembleias e encontros sobre temas diversos e polêmicos, para repensá-los e definirem estratégias e compartilhar experiências entre comunidades. Com isso, é necessária uma grande parcela de confiança e reciprocidade entre os agentes envolvidos.

Estas considerações sustentam, portanto, o que Coriolano (2009), relata sobre a atual realidade da Prainha do Canto verde: A base do êxito da comunidade de Canto Verde está, sobretudo, no seu capital social que é composto de pessoas determinadas, conscientes, que partilham conhecimentos e valores, que praticam a cooperação no dia-a-dia tornando-se solidárias, que aprenderam a confiar umas nas outras, e a promoverem o saber e o fazer de forma cooperativa.

Embora tenha-se diversas facilidades e crescimento coletivo em torno das atividades comunitárias, é importante ressaltar a dificuldade em se manter uma sociedade unida e que busque sempre o bem comum. A prainha do canto verde é um exemplo de luta e resistência, todavia não se constitui apenas a partir de ações de sucesso. Há também muitas dificuldades, como a divulgação, comunicação, a criação de um produto turístico que realmente tenha competitividade nesse ramo de turismo alternativo e de se conseguir apoio e sustentação das atividades desenvolvidas.

O Canto Verde, é uma das comunidades que realiza o turismo de acordo com a necessidade local, sem agressão ao meio ambiente, porém sofre represália de grupos imobiliários e a falta de incentivo do governo, além das dificuldades internas, como divisão de grupos internos na associação entre outras dificuldades.

6. Considerações Finais

Na contemporaneidade o turismo tem passado por um constante e significativo processo de transição, deixando de ser considerado apenas como uma atividade do terceiro setor, para ser reconhecido como um fenômeno cultural, econômico, político e social. É de fundamental importância compreender o turismo, com o objetivo de que se possa melhor valorizá-lo, direcioná-lo e implementá-lo como uma atividade de caráter socioeconômica e cultural com vista à minimização dos seus impactos negativos e otimização de relações e resultados positivos.

Para compreender a complexidade e a abrangência do turismo, é preciso um embasamento teórico que permita a construção de um novo olhar para o turismo, desmistificando alguns discursos que se referem ao turismo apenas como indústria, admitindo-se uma postura teórica que permita a valorização do enfoque fenomenológico no qual está inserido.

Observa-se que a constituição e valorização do capital social configura-se como um componente relevante na busca pelo desenvolvimento local sustentável, de modo que seus princípios e valores estimulam os laços sociais estabelecidos a partir de normas baseadas na confiança, reciprocidade e cooperação.

Dessa maneira, pensando o turismo com a prerrogativa do capital social, tem-se a possibilidade de uma atividade contra a corrente hegemônica, que age de forma perversa e desigual. Tem, assim, a capacidade de a população organizada pensar a atividade que deseja para si, não se submetendo aos desígnios de capital exógeno.

Cabe aqui ressaltarmos, que a política de implementação, planejamento e gestão da atividade turística necessita da participação cívica, não através de um discurso vazio de sentido e de ação, mas, que a população local decida e seja agente ativo no contexto sociopolítico e na economia, envolvida pela participação, com vistas ao desenvolvimento local.

Na promoção do turismo de base local, o qual envolve a comunidade, observamos a possibilidade de um outro tipo de turismo, que vai para além do turismo de massas, isto é, o turismo depreciador de culturas, meio-ambiente, comunidades. É imperativo para uma proposta de mudança que o turismo seja calçado na dimensão social, que busque não apenas o crescimento econômico, mas o desenvolvimento e a ampliação das liberdades das sociedades, como Amartya Sen (2000) afirma, ou seja, que o indivíduo seja capaz de ser o que desejar, no sentido de poder escolher o seu destino, de ter a liberdade de opinião sobre sua região, vida e comunidade.

Para tal, no caso brasileiro, é preciso a organização pública, através dos sindicatos, associações, cooperativas, etc., estimulando a participação política, o ativismo nas questões que envolvam a coletividade. Toda essa mudança precisa ser buscada, compartilhada e que o Estado seja um fomentador destas organizações, pois dessa maneira teremos, conforme analisado, uma sociedade menos injusta e menos desigual.

Destaca-se também que a constituição ampla do capital social tem relação direta com a criação/implementação de políticas de desenvolvimento, inviabilizando personificações das ações públicas e/ou cooptação das ações e movimentos de base por parte do Estado, dando maior importância às capacidades de autogestão das organizações sociais.

Dessa forma, acredita-se que a organização social precisa se interligar as ações do Estado, de modo que ambos interajam buscando o bem estar social, onde as relações sejam de igual relevância, e em conjunto, população e Governo, realizem um trabalho mútuo, com relações horizontalizadas e que tenham o bem comum como prerrogativa para as ações, visando o estabelecimento de normas e benefícios para a totalidade da sociedade. Portanto, na medida em que as comunidades sustentarem normas de confiança e reciprocidade, e o Estado se constitua num agente incentivador desse processo, o desenvolvimento da atividade turística, provavelmente, apresentará condições favoráveis ao desenvolvimento local e regional.

Bibliografia

Aguiar, Geraldo M. de.
2007 “Turismo, desenvolvimento local e integração regional”, *En: SEABRA, Geovani (Org). Turismo de Base Local: Identidade cultural e desenvolvimento regional*. Editora Universitária;
Azevedo, Francisco Fransualdo de.
2008 “Desenvolvimento Local e Capital Social: uma abordagem teórica”. Aracaju: Revista Geonordeste, Ano XIX, nº1:87-105;
Castells, Manuel.
2000 “A sociedade em rede: economia, sociedade e cultura”, vol. 3, São Paulo: Paz e terra;
Coleman, James,
1990 “Fundações da teoria social”. The Belknap of Harvard University Press: Inglaterra;
Coriolano, Luzia Neide M. T.; VASCONCELOS, Fábio Perdigão
2007 “O turismo e a Relação Sociedade – Natureza: realidades, conflitos e resistências”. Fortaleza: EdUECE.

Coriolano, Luzia Neide M.T.
2009 “Arranjos Produtivos Locais do Turismo Comunitário: Atores e Cenários em Mudança”/ Ana Maria Matos de Araújo, Fábio Perdigão Vasconcelos(...)-Fortaleza:EdUECE.
Cruz, Rita de Cássia.
2009 “Turismo, produção do Espaço e desenvolvimento desigual para pensar a realidade brasileira”. en: Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras / Roberto Bartholo, Davis Gruber Sansolo e Ivan Bursztyn, organizadores. – Rio de Janeiro:Letra e Imagem.
D’araujo, Maria Celina.
2003 “Capital Social”. Rio de Janeiro : Jorge Zahar.
Dencker, A. de F. M.
2007 “Pesquisa em Turismo: Planejamento, Métodos e Técnicas”. 9. ed. São Paulo: Futura.
Gil, Antonio Carlos.
2007 “Métodos e técnicas de pesquisa social”. 5. ed. São Paulo: Atlas.
Harvey, David.
1992”A Transformação Político-Econômica do Capitalismo no Final do Século XX.” Condição Pós-Moderna. 8.ed. São Paulo: Loyola.
Higgins, Silvio Salej.
2005 “ Fundamentos Teóricos do Capital Social”. Chapecó: Argos.
Nogueira, Maria Alice; CATANI A. M. (Org’s).
2011 “ Pierre Bourdieu: Escritos de Educação”. 12 ed. Petrópolis – RJ: Vozes, 2011.
Putnam, Robert D.
2005 “ Comunidade e democracia: a experiência da Italia moderna” . Fundação Getúlio Vargas. Rio de janeiro.
Rodrigues, Adyr B. (org).
2000 “Turismo Desenvolvimento Local”. São Paulo: Hucitec.
Ruchman, Doris.
2002 “Turismo e Planejamento Sustentável. Papyrus Editora: Campinas – SP, 2002.
Seabra, Giovanni. (org).
2007 “Turismo de Base Local: identidade cultural e desenvolvimento regional”. João Pessoa-PB: Editora Universitária.
Sen, Amartya Kumar
2000” Desenvolvimento como liberdade”.São Paulo: Companhia das Letras.
Vasconcellos, Carla P.
2002 “Governos Municipais: Desempenho Institucional e Capital Social”. Dissertação de Mestrado em Planejamento Urbano e Regional/PROPUR. Porto Alegre: UFRGS.

Recibido: 21/08/2012
Reenviado: 31/10/2013
Aceptado: 07/11/2013
Sometido a evaluación por pares anónimos

Opiniones y ensayos

Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo

Hermys Lorenzo Linares*
Geily Morales Garrido**

Universidad de Ciego de Ávila (Cuba)

Resumen: El presente trabajo responde al proyecto investigativo "Modelo de desarrollo turístico sostenible en función del desarrollo local", donde se pretende explicar de forma amena el transitar desde el desarrollo local y sus diferentes concepciones, la sostenibilidad deseada en la sociedad hasta el propio escenario del desarrollo turístico sostenible como factor de desarrollo local. De ahí la necesidad de colocar como máximo objetivo, el desarrollo en términos de mejorar la calidad de vida de las personas. En su aplicación al turismo, esto remite a la posibilidad que la actividad satisfaga la necesidad de ocio de los visitantes pero en especial, significa que el beneficio del turismo genere en la comunidad receptora un proceso de satisfacción creciente de sus necesidades.

Palabras claves: desarrollo, local, sostenibilidad, turismo, complejo.

Sustainable tourism development to local development. Its complex behavior

Summary: This paper responds to the research project "tourism development model based "local development, which aims to explain the transition from a pleasant local development and their different conceptions of sustainability in society desired to own stage of development sustainable tourism as a factor of local development. Hence the need for maximum target position, development in terms of improving the quality of life of people. In its application to tourism, this refers to the possibility that the activity meets the need of leisure visitors but especially, means that the benefit of tourism in the host generates a process of increasing satisfaction of their needs.

Keywords: local, sustainable, development, tourism, resort.

1. Desarrollo local. Diferentes concepciones.

El origen del desarrollo local se remonta a la década de 1940, asociado a las intervenciones básicas propuestas por la UNESCO, cuyo objetivo era ayudar a los países de menor desarrollo a despegar del retraso económico y social en que se encontraban; fue entonces cuando se planteó la

necesidad de promover el desarrollo en espacios territorialmente definidos.

Otras iniciativas referentes al desarrollo local, se localiza en las zonas desfavorecidas de Francia en el año 1965 y es cuando se comienza a difundir al resto de los países hasta la actualidad.

Dentro de las primeras definiciones que abordaban aspectos relacionados con el desarrollo local,

* Profesor de auditoria y sistema, universidad de Ciego de Ávila.; Máster en contabilidad gerencial; estudio de doctorado en gestión del desarrollo local. E-mail: hermys@economia.unica.cu

** Licenciada en psicología. Master en trabajo social. Estudios doctorales en sociología en la Universidad de Camaguey. E-mail: geily@economia.unica.cu

se encuentra la de Perroux (1950) al señalar que: “El hecho, burdo pero sólido, es este: el crecimiento no aparece en todas partes a la vez; se manifiesta en puntos o polos de crecimiento, con intensidades variables; se esparce por diversos canales y con efectos terminales variables para el conjunto de la economía”. En este caso se manifiesta la importancia que desde entonces se le transfería a las localidades para el desarrollo del territorio en general.

Ya en 1963 Dunham, define un tipo de desarrollo denominado comunitario que no era más que: “... un esfuerzo organizado para mejorar las condiciones de vida de una comunidad y la capacidad de integración comunitaria y autodirección”. En esta perspectiva, la referencia a la comunidad está en relación con un territorio específico dentro del cual participan los actores locales para la construcción y promoción de su propio desarrollo.

Por su parte el Banco Mundial en el año 1975 expone una definición de desarrollo aplicada al ámbito espacial, en el que el desarrollo local es entendido como: “una estrategia diseñada para mejorar el nivel de vida, económico y social de grupos específicos de población”.

Es de destacar que aunque desde el año 1975 el Banco Mundial había expuesto esa definición de desarrollo aplicada al ámbito espacial de desarrollo local, no es hasta finales de los ochenta que se inicia a nivel internacional un importante giro en las políticas de desarrollo, que hasta entonces se imponían “de arriba a bajo” mediante políticas macroeconómicas globales alejadas de las realidades locales y que desde entonces pasan a ser tratadas “de abajo a arriba” mediante políticas mixtas macro y microeconómicas centradas en promover el protagonismo del desarrollo local.

Marcando la pronunciación de esta tendencia a nivel mundial, fue la puesta en marcha del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), donde estableció dos principios esenciales: Pensar en lo global y actuar localmente. Es decir, adaptar las políticas genéricas (macro) a los casos concretos (micro) de cada entorno local; y fomentar la participación de las comunidades locales en sus planes de desarrollo. Es decir, convertir a las administraciones locales en los principales impulsores del desarrollo como fórmula para ajustarse al máximo a las necesidades y peculiaridades del entorno local.

Otras de las concepciones del desarrollo local, son las expuestas por Vázquez (1999, 2000) y Hemelryck, (2002) coincidiendo en que es un proceso de crecimiento y cambio estructural que se apoya en el aprovechamiento y potenciación de los recursos (sociales, naturales, técnicos, económicos, institucionales, culturales, etc.) y capacidades propias de la región o localidad.

Para González Meyer, (1994); Ferraro, (2003) y Enrique, (2008), el desarrollo local es la interacción o relación entre agentes, sectores y fuerzas que interactúan en el territorio. Definiéndolo como un complejo proceso de concertación entre agentes, sectores y fuerzas que interactúan dentro de los límites de un territorio determinado (local, regional) con el propósito de impulsar un proyecto común que combine la generación de crecimiento económico, justicia social, sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial, cambio social y cultural, con el fin de elevar el nivel de vida y el bienestar de cada familia y ciudadano que viven en ese territorio o localidad.

Es de destacar que de los 15 conceptos analizados sobre desarrollo local (Stöhr, 1983; González M., 1994; Vázquez, 1999, 2000; Hemelryck, 2002; Gutiérrez, 2002; Ferraro, 2003; González F. 2003; Albuquerque, 2004; Villar, 2005; Gómez, 2005; Varisco, 2007; Enrique, 2008 e Infante y González, 2010;) en su totalidad coinciden en que este contribuye al incremento progresivo de la localidad y consigo al bienestar de la población que la integran.

Sin embargo, los autores asumen el propuesto por González F. (2003) el cual plantea que el desarrollo local es: “un proceso localizado de cambio socio - económico continuado, que liderado por los gobiernos locales integra y coordina la utilización de la riqueza de su potencial de desarrollo con las diferentes corrientes de recursos, para lograr el progreso de la localidad y posibilitar el bienestar del ser humano, en equilibrio con el entorno natural.”

Destacan la gran importancia de cada concepto de desarrollo local abordado con anterioridad, y reconocen que en ninguno de los casos se plasman claramente la relación que existe con el medio ambiente. Por lo que consideran que: El desarrollo local, es la integración socio-económico y medioambiental de todos los factores que forman parte de una región o localidad, donde los agentes locales tras el uso de los recursos tanto endógenos como exógenos son capaces de crear mejora continua en su calidad de vida.

En el caso de Cuba el municipio se presenta como el espacio local, en el que se produce y reproduce la vida de las personas. La sociedad espera encontrar respuestas a sus necesidades y aspiraciones en el municipio, donde transcurre el vínculo más directo entre el pueblo y el gobierno. De ahí la importancia de trabajar desde la base que es sin lugar a dudas, donde las personas alcanzan sus niveles de satisfacción.

Los lineamientos que recientemente fueron aprobados en el VI Congreso del Partido Comunista de Cuba, le confieren al municipio la importancia que merece, donde este comienza a fungir como espacio estratégico en la conformación del desarrollo económico y social de la localidad.

Ejemplo de lo anterior es lo expuesto en el lineamiento número 37, donde plantea que: “El desarrollo de proyectos locales, conducidos por los Consejos de Administración Municipales, en especial los referidos a la producción de alimentos, constituye una estrategia de trabajo para el autoabastecimiento municipal, favoreciendo el desarrollo de las mini-industrias y centros de servicios, donde el principio de la autosustentabilidad financiera será el elemento esencial, armónicamente compatibilizado con los objetivos del plan de la Economía Nacional y de los municipios. Los proyectos locales una vez implementados serán gestionados por entidades económicas enclavadas en el municipio”.

De ahí la importancia de los momentos actuales por la que transita la sociedad cubana, tras los nuevos requerimientos de la reestructuración del modelo económico, donde da lugar al surgimiento de estrategias en búsquedas del bienestar y el cuidado de los individuos.

Los autores consideran que es imprescindible que tanto los gobiernos provinciales como municipales conozcan las potencialidades del territorio y sus puntos neurálgicos, para planificar las acciones que se deben acometer en virtud del progreso. Este estudio previo garantiza una mejor distribución de los recursos financieros y contables en el territorio.

Retomando lo antes expuesto, los autores plantean que en la actualidad la descentralización tiene una gran connotación, pues implica nuevas formas de cooperación, mayor participación social y mayor competencia por espacios y recursos. Esto significa que en la perspectiva actual, la descentralización implica además de la transferencia de competencias, responsabilidades, poder de decisión y recursos del gobierno central a los gobiernos municipales, la construcción de capacidades necesarias para la participación activa y conjunta de los gobiernos y la sociedad en general.

Teniendo en cuenta la descentralización, en algunos aspectos, se debe tener en cuenta que la aplicación de un modelo de desarrollo local siempre se rige por principios que se deben cumplir para garantizar su éxito, el autor asume los identificados por (Guzón, 2006), quien señala:

- Enfoque integral y sistémico del desarrollo, que vincula las dimensiones ambiental, económico-productiva, sociocultural e institucional de manera inseparable.
- Aprovechamiento de las estructuras existentes en el municipio, teniendo al Poder Popular como líder del proceso; que al desarrollar métodos y estilos de trabajo adecuados, fortalece las relaciones horizontales entre los diferentes actores locales.

- Aprovechamiento y ampliación de espacios y canales de participación existentes.
- Diseño de la capacitación y formación de los actores.
- Gestión del conocimiento, innovación y transferencia de tecnologías, como base de soluciones apropiadas.
- Identificación y movilización de los potenciales productivos, de las características geográficas y medioambientales propias del territorio, así como del capital humano local, con sus valores históricos culturales,

Tales principios son los que las localidades deben utilizar para poder desarrollarse, más aún propiciadas por la generación de un pequeño grado de descentralización hacia los municipios.

Por su parte Gutiérrez (2002) e Infante y González (2010) plantean que con el enfoque del desarrollo local las autoridades del territorio también deben asumir la importante tarea de dirigir la gestión sostenible de la zona, para lo cual han de convertir a la población residente en protagonista de su propio desarrollo, con la creación de un amplio sentido de pertenencia, y el fomento de la participación ciudadana real en la definición y cumplimiento de acciones que permitan ubicar al territorio en la nueva concepción del desarrollo local sostenible.

Considerando lo antes planteado, los autores destacan que no se concibe un desarrollo local si este a su vez no es sostenible, es decir, si no mantiene la equidad entre las dimensiones que integran a la sostenibilidad (económica, social y medioambiental) debido a que se tiene que pensar y actuar con ansias de desarrollo pero con expectativas de sostenimiento en el futuro.

2. Desarrollo sostenible.

La relación y necesaria articulación entre crecimiento económico y conservación del medio ambiente pasa a ocupar espacios crecientes en los debates internacionales, en especial cuando se trata de las relaciones entre países desarrollados y en desarrollo, agregando una dimensión nueva al concepto y a los propósitos del desarrollo, sea económico o social. Este proceso se convertirá en el concepto de desarrollo sostenible formulado por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo¹, actualmente adoptado ampliamente, y establece que el desarrollo sostenible es aquel que “satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (CMMAD 1987). De esa manera, el crecimiento económico y

la protección ambiental quedan inexplicablemente relacionados, y la calidad de vida presente y futura se fundamenta en suplir las necesidades humanas básicas sin destruir el medio ambiente del cual depende toda la vida.

Al citar el informe de la CMMAD, señala Carvalho y Viederman (1993): "En esencia, el desarrollo sostenible es un proceso de transformación en el cual la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y el cambio institucional se armonizan y refuerzan el potencial presente y futuro, con el propósito de atender a las necesidades y aspiraciones humanas".

Varios autores (Carvalho y Viederman, 1993; Jacobs, 1997) coinciden en que para que haya un desarrollo sostenible se requiere:

- que todos tengan cubiertas sus necesidades básicas y les sean proporcionadas oportunidades para concretar sus aspiraciones a una vida mejor;
- la promoción de valores que mantengan los patrones de consumo dentro de los límites de las posibilidades económicas y que todos puedan aspirar a ellos de manera razonable;
- que haya crecimiento económico en regiones en las cuales tales necesidades no son atendidas. Donde ya son atendidas, el desarrollo sostenible es compatible con el crecimiento económico, ya que ese crecimiento refleja los principios amplios de la sostenibilidad y la no explotación de los otros;
- que el índice de destrucción de los recursos no renovables mantenga el máximo de opciones futuras posibles;
- la conservación de las especies animales y vegetales;
- minimizar los impactos adversos sobre la calidad del aire, del agua y de otros elementos naturales, con el fin de mantener la integridad global del ecosistema;
- que los países industrializados retomen políticas internacionales que busquen el crecimiento, el comercio y la inversión.

Lo antes expuesto revierte la gran importancia transferida al desarrollo sostenible conceptualizado en el informe Brundtland, pero no es hasta cinco años después, con la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro en 1992, que un grupo de más de cien jefes de Estado, organizaciones no gubernamentales y representantes de varios sectores de la sociedad acuerdan y se comprometen a poner en práctica una serie de normas, políticas y medidas operativas que constituyen una base general establecida a manera de normas que se deben tomar en cuenta

en el camino al desarrollo: es la llamada Agenda 21. Sin embargo, cada país, región o empresa debe adaptarla a sus necesidades de una manera elástica y no restrictiva. (ICLEI, 1996).

La sostenibilidad, para Constanza (1991), debe ser entendida como "la relación entre los sistemas ecológicos más abarcadores y dinámicos, en la cual: (a) la vida humana pueda continuar indefinidamente; (b) las individualidades humanas puedan florecer; (c) la cultura humana pueda desarrollarse; (d) los efectos de las actividades humanas permanezcan dentro de ciertos límites, con el propósito de que no destruyan la diversidad, complejidad y funciones del sistema ecológico de soporte de la vida".

De manera más concreta para Buarque (1993), el desarrollo sostenible es un "proceso cualitativo y cuantitativo de cambio social que compatibiliza, en el tiempo y en el espacio, el crecimiento económico, la conservación ambiental y la equidad social".

Otros autores (Jacobs, 1997; Rojas H., 2007; Brinckmann y Mueller, 2010), establecen que el desarrollo sostenible ha sido bastante generalizado y adaptado por la gran mayoría de los países del mundo como la única forma de desarrollo equilibrado y justo.

Por su parte la ley 81 cubana² define al desarrollo sostenible como el: "Proceso de elevación sostenida y equitativa de la calidad de la vida de las personas, mediante el cual se procura el crecimiento económico y el mejoramiento social en una combinación armónica con la protección del medioambiente de modo que se satisfagan las necesidades de las actuales generaciones, sin poner en riesgo la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras".

Los autores coinciden en parte con esta definición de desarrollo sostenible, considerando que se le debe agregar su actuación de escala local. Añaden además que la sostenibilidad no es una meta a alcanzar a corto plazo; es más bien un proceso de cambio que debe iniciarse con la modificación del desarrollo actual; una etapa de transición en donde todos los esfuerzos orientados a la investigación, planeamiento y puesta en marcha de la propuesta van a ir aproximándose un poco más al camino correcto; camino en el que "nada es, pero todo va siendo".

3. Desarrollo Turístico Sostenible.

A partir de la popularización del concepto de desarrollo sostenible a finales de la década de los años ochenta, nace el concepto de turismo sostenible, primero como oposición al turismo de masas, y más tarde como objetivo deseable

para todas las variedades de turismo existentes. Sin embargo, al igual que el concepto paralelo de desarrollo sostenible, hasta el momento, el turismo sostenible no se ha definido en términos precisos por lo que deja un amplio margen para todo tipo de interpretaciones.

Tomando como referencia la definición de desarrollo sostenible del Informe Brundtland, la Organización Mundial del Turismo precisa el turismo sostenible de la siguiente forma: “El desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas presentes, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos, de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida” (OMT, 1997a).

En el caso del desarrollo sintetizado en el turismo como una de las industrias de mayor auge en el mundo, se puede plantear que teniendo en cuenta el término de sostenibilidad se ha transitado vertiginosamente en sus concepciones dadas por diferentes autores y organismo.

En el Informe Brundtland (1987) se define como: “Aquel que satisface las necesidades presentes sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”, todo lo cual ha facilitado que las organizaciones dedicadas a la protección, restauración y gestión de los recursos ambientales, comienzan a aceptar que la actividad turística puede llegar a mitigar y aún más a prevenir sus impactos negativos.

En el campo del turismo de forma análoga tuvieron también lugar reuniones, congresos, foros, para debatir distintos aspectos de esta actividad. En 1991 la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo (AIEST) describió el turismo sostenible como “aquel que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos. El turismo debe integrar las actividades económicas y recreativas con el objetivo de la conservación de los valores naturales y culturales”.

Por su parte Organización Mundial del Turismo (1993) define al turismo sostenible como: la que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se basa además en el respeto a la cultura nacional y sus expresiones territoriales y en la integración de las poblaciones locales al desarrollo de sus actividades, contribuyendo así a la elevación de la calidad de la vida de los seres humanos.”

En 1995 se celebra en Lanzarote la Iª Conferencia Mundial para el Turismo Sostenible auspiciada

por diferentes instituciones como la ONU y la OMT. El principal logro de la conferencia fue la Promulgación de la Carta del Turismo Sostenible cuyos principios fijan las bases para una estrategia turística mundial en clave de sostenibilidad.

Los principios resultantes de la anterior conferencia son los siguientes:

- La política, la planificación y la administración son las fuentes más apropiadas para dar respuestas a los problemas de mal uso de recursos naturales y humanos.
- El turismo sostenible no está en contra del crecimiento económico, aunque reconoce que existen límites que deben ser respetados, siendo necesaria la planificación estratégica a largo plazo.
- La preocupación de la gestión del turismo sostenible es ambiental, social, cultural, política y administrativa. Todos los interesados deben ser consultados y tener acceso absoluto a las informaciones.
- Es importante satisfacer las necesidades y aspiraciones humanas, lo que implica preocupación notoria por la equidad, la igualdad y la justicia.
- Es necesaria la comprensión clara de cómo funcionan las economías de mercado y conocer las culturas, los procedimientos de gestión de los negocios del sector privado, las organizaciones del sector voluntario/público, las actitudes de los consumidores y prestadores de servicio, a fin de transformar buenas intenciones en medidas prácticas.
- El balance entre costes y beneficios de las decisiones que se forman sobre diferentes procesos de acción debe abarcar la verificación de cuánto ganan o pierden los diferentes individuos y grupos.

La ley 81 cubana (1997) define al desarrollo turístico sostenible como: “Aquel que se efectúa de modo tal que armonice el empleo eficaz de las potencialidades estéticas, recreativas, científicas, culturales y de cualquier otra índole de los recursos naturales que constituyen su base, con la protección de estos recursos y la garantía de que puedan proporcionar iguales o superiores beneficios a las generaciones futuras”.

En la Declaración de la Zona de Turismo Sustentable del Caribe (ZTSC, 1999), de los países del Caribe firmantes, consideran que “el turismo sostenible constituye una respuesta adecuada a los retos que representa incrementar las tasa de crecimiento del empleo y captación de divisas, la protección y preservación del medio ambiente y los recursos naturales, la protección del patrimonio y los valores culturales. Apoyamos la participación

comunitaria, así como la participación de intereses locales en aspectos del proceso de desarrollo del turismo, tales como la formulación de políticas, planificación y manejo, propiedad de los beneficios generados por esta actividad”, de igual forma concuerdan, Mantero (1997); Mesa (2007); Varisco (2007).

En las abundantes iniciativas existentes que tratan de describir los principios y las prácticas del turismo sostenible pueden distinguirse, de forma implícita o explícita, varias interpretaciones del concepto de turismo sostenible. La visión imperante del “desarrollo turístico sostenible” es como un enfoque que promueve el crecimiento económico de la industria turística al estilo tradicional, pero que enfatiza la necesidad de proteger determinados aspectos del medio ambiente para asegurar la viabilidad de la actividad turística a largo plazo.

Por su parte los autores plantean que el concepto de un turismo sostenible implica necesariamente interdependencia entre la institución pública y su política de acción, el medio ambiente, la población local y los visitantes, que se encuentran en una situación de interacción permanente. A pesar de su contenido ambiguo, su conceptualización ha impulsado numerosas declaraciones internacionales de las instituciones públicas y privadas más relevantes (por ejemplo de la Organización Mundial del Turismo y las Naciones Unidas), y ha sido incluido en las estrategias políticas de la Unión Europea y de las administraciones centrales de diversos países que tratan al turismo con la importancia que se merece, tales como Canadá, Australia, Cuba, entre otros.

4. El desarrollo turístico sostenible como factor de desarrollo local.

Tras el reordenamiento económico mundial, el turismo se ha convertido en un fenómeno socioeconómico globalizado, lo que ha llevado al desencadenamiento de nuevas formas y con esta de destinos turísticos, teniendo en cuenta sus especificidades, potencialidades e identidades.

Los autores son del criterio de que el turismo forma parte del fortalecimiento económico y por tanto social de los territorios donde se desenvuelve, aunque hay que destacar que el mismo si no es gestionado de forma sostenible puede causar un gran desequilibrio en la sociedad.

El turismo fue uno de los primeros campos en los que se comenzó a aplicar el paradigma del desarrollo sostenible, y podría ser una alternativa viable para promover el desarrollo siempre y cuando, fuera realizado desde las demandas de la

comunidad y dándole como retorno los beneficios que este movimiento/actividad genera.

Los interrogantes respecto de la contribución del turismo al desarrollo nacional quedaron de manifiesto en el seminario organizado por la UNESCO y el Banco Mundial en 1976 “Turismo: ¿Pasaporte al Desarrollo?”, que diera lugar a la publicación de los ensayos en un texto con ese mismo título. Además de los antecedentes de impactos negativos en lo social y en los bienes culturales, se cuestiona la distribución de los beneficios económicos y cómo estos pueden afectar la estructura social en los países en vías de desarrollo. También aparece ya el interrogante respecto del poder de mercado de los grandes operadores mayoristas, que tienen la capacidad de dirigir las corrientes turísticas e influir sobre los precios del resto de los prestadores (Kadt, 1991; Varisco, 2007).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), esta actividad se ha convertido en la primera actividad económica de muchos países y en la de más rápido crecimiento en ingreso de divisas y creación de empleo. El turismo es transversal e influye en muchos sectores económicos que de forma directa o indirecta participan de él. Así, además de ser una de las principales fuentes de empleo, estimula inversiones en infraestructuras que, antes que a los turistas, benefician a los residentes. A su vez, los ingresos a través de los impuestos que genera el turismo son sustanciosos para las distintas administraciones públicas. Pero el turismo es también punto de encuentro, germen de nuevas relaciones internacionales, de conocimiento mutuo entre culturas y creencias aparentemente antagónicas. (Vidal y Márquez, 2007).

Este nuevo modelo de desarrollo será siempre un proceso complejo de concertación, entre los actores, agentes, sectores y fuerzas que interactúan dentro de los límites de un territorio, con el propósito de impulsar un proyecto común que combine la generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sostenibilidad ecológica, viabilidad económica, enfoque de género y la calidad de vida de quienes viven en ese territorio o localidad (Rodríguez y Zizumbo, 2009: 269).

De igual forma Brinckmann. E, Brinckmann. N y Mueller (2010), concuerdan con lo antes expuesto y agregan que considerándose algunos de los atributos básicos propuestos por Gallopín (2003)³, sentar las bases del turismo sostenible en los destinos, tomando en consideración los valores de la identidad y culturas locales, es una tarea prioritaria, un reto y un compromiso que corresponde a todos en la sociedad.

Para alcanzar la llamada sostenibilidad turística, Mazaro y Varzin (2008) plantean que es esencial la estructuración de una oferta turística

local que actúe a medio y largo plazo como importante factor de desarrollo; además, es necesario que se aprovechen las potencialidades que ofrece el territorio, brindando nuevas modalidades basadas en el uso equilibrado y sostenido, así como una utilización y administración de los recursos bajo una práctica integral y flexible conforme a la dinámica competitiva.

Desde que el turismo se transformó en actividad masiva, se ha considerado que existe una relación directa entre turismo y desarrollo al punto de considerar como equivalentes las expresiones desarrollo turístico y desarrollo regional. El origen de esta relación causal se basa en la generación de oportunidades económicas para un país y para sus regiones, por ser esta industria una de las mayores generadoras de ingresos, empleo, de captación de divisas y desencadenante de una serie de fenómenos socio-culturales de gran importancia. (Gutiérrez y Gancedo, 2000; Varisco, 2007, Mesa, 2009).

El turismo es un eficiente motor del desarrollo económico, capaz modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales. A su vez es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas como lo son la agricultura, construcción, fabricación, y de los sectores estatales y no estatales para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas. (Gascon y Cañada, 2003; Mesa, 2009).

Varisco (2007) y Solari y Pérez (2008), plantean que el turismo contribuye económicamente por el gasto que los turistas realizan en un destino y por las inversiones en infraestructura y equipamiento. En la etapa inicial del desarrollo turístico, la inversión en alojamientos y otros servicios puede ser muy importante, estimulando la construcción y todas sus actividades derivadas. Cuando un destino se consolida, la generación de ingresos más importante es la que proviene de los gastos en consumo de los turistas, lo que representa una inyección de ingresos que proviene del lugar de residencia de los mismos. A este impacto se le agrega el efecto multiplicador que el gasto inicial tiene en la economía al distribuirse entre diferentes sectores.

Autores como, Ayllón Trujillo (2001), Carner (2001), Botelho, Soares y Ueda (2003) y Brinckmann (2001, 2002, 2004), destacan que entre los retos que el siglo XXI presenta, el uso sostenible del territorio con vistas al turismo es el más desafiador.

El uso turístico y sostenible del territorio (OMT, 2004; M. Brinckmann et al, 2010) debería: Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, para mantener los procesos ecológicos esenciales, ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad

biológica. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales, arquitectónicos, vivos y sus valores tradicionales, contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos. El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme. El logro del turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, debiendo reportar un alto grado de satisfacción a los turistas fomentando en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

Por su parte Infante y González (2010), plantean que la sostenibilidad del desarrollo turístico local constituye un requerimiento ineludible en el futuro, donde todos los agentes involucrados en este exigirán cada día con más determinación las políticas de desarrollo local y la ordenación del territorio.

Los autores concuerdan con lo expresado por Narváez y Fernández (2009), al considerar al turismo como sostenible cuando respeta (no daña) y valora al medio ambiente natural, cultural, humano y social donde se manifiesta; aporta beneficios financieros directos e importantes y/o recursos para el desarrollo de la comunidad; fomenta la participación local, promueve un proceso participativo de los miembros de la comunidad en la construcción de su propio desarrollo como seres humanos; satisface y supera las expectativas de los visitantes e integra las herramientas de evaluación y de seguimiento permanentes para garantizar controles sobre los impactos.

En el caso cubano se están fomentando estrategias para llevar adelante proyectos vinculados al fortalecimiento del turismo en los territorios donde este sea propicio, ejemplo de lo antes planteado lo constituye el lineamiento número 246 del sexto congreso del PCC donde se refiere a: Diseñar y desarrollar como parte de la iniciativa municipal por los territorios, ofertas turísticas atractivas como fuente de ingreso en divisas (alojamiento, servicios gastronómicos, actividades socioculturales e históricas, ecuestres, de campañas, turismo rural, observación de la flora y la fauna, entre otras).

Para el logro de lo anterior hay que tener en cuenta la forma sostenible del desarrollo turístico relacionada, que según la OMT (citado por Brinckmann, 2010) plantea que por ser la sostenibilidad, un concepto complejo e integral que aglutina diversas pretensiones y enfoques, un producto turístico es sostenible si no daña los recursos naturales del medio, si no contamina y no genera tensiones sociales y pérdida de identidad

cultural y se permite la mediación de la población local en todo su proceso de organización.

Existen elementos que demuestran la importancia que la actividad turística trae para las localidades donde se desarrolla la misma, lo que enfatiza sobre el potencial que dicha industria posee sobre los territorios. Dentro de los elementos que condicionan que el turismo actúe como factor de desarrollo local se tiene que:

El mismo está basado en la calidad ambiental, es decir, lo que posibilita la actividad turística son las bellezas naturales, esto implica la necesidad de conservar una buena calidad ambiental para mantenerla. (Rodríguez, Castellanos y Hernández, 2007).

El turismo vende el paisaje, ofrece la biodiversidad como un atractivo turístico, promueve la exclusividad de algunos sitios; en suma, el turismo es un usuario más del espacio, que puede representar, y de hecho lo representa, competencia con otros sectores usuarios del espacio. (Rodríguez et al, 2007).

La actividad turística ha de ser concebida en todo momento como un medio, más que como un fin en sí mismo, que puede coadyuvar junto con otras actividades económicas a la consecución de mayores niveles de desarrollo económico y social de la población local. Los ingresos percibidos, el empleo creado, el aumento de los niveles de bienestar material y la cultura profesional y empresarial derivados de la actividad son algunos de los efectos que se observan en el lado positivo de la balanza turística.

Los beneficios derivados de la actividad turística, han de redundar sobre la sociedad en general, afectando a diferentes conceptos y agentes sociales estimulando de esta forma a la economía local.

Genera empleo en la ejecución de los proyectos, en el mantenimiento de las instalaciones o en los servicios profesionales para atender al turista.

Se han de mejorar las infraestructuras de comunicación que conectan al destino con los mercados turísticos. Los equipamientos públicos, servicios y dotaciones básicas han de estar asegurados tanto para turistas como para habitantes de la comunidad. El apoyo a iniciativas empresariales locales y la formación de los recursos humanos son otros aspectos positivos que la actividad turística puede fortalecer.

Teniendo en cuenta lo anterior varios autores plantean (OMT, 2004; Brinckmann, E et al. 2010) que el uso turístico y sostenible del territorio debería: Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, para mantener los procesos ecológicos esenciales, ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas,

conservar sus activos culturales, arquitectónicos, vivos y sus valores tradicionales, contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos. El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme. El logro del desarrollo turístico sostenible local es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, debiendo reportar un alto grado de satisfacción a los turistas fomentando en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

Los múltiples usos que se hace del territorio deben ser limpios, no sólo deben pretender disminuir el uso de recursos naturales y energéticos, sino que deben reutilizar residuos, disminuir los gastos de energías, fomentar el uso de energías renovables, cuidando en todo momento la biodiversidad y el proceso de reproducción normal de los ecosistemas y en ellos de la vida humana. (Rojas, 2003).

Para que el paradigma de la sostenibilidad (Brinckmann, 2001, 2002, 2004; Ayllón, 2001; Flores, 2008), se traduzca en aplicaciones prácticas que generen resultados visibles y sustanciales se requiere el liderazgo y compromiso de las comunidades locales, de los gobiernos nacionales y locales, y el apoyo de organizaciones nacionales e internacionales volcadas en el turismo sostenible. El Turismo, en cualquiera de sus modalidades, como alternativa para el desarrollo local, requiere del análisis de sus formas (prácticas) y metamorfosis (modelación espacial) que existen y se extienden en el territorio local, regional y global.

Como lo señala Cammarata (2006) la revalorización de los paisajes, la fuerza de los lugares con recursos naturales y culturales, generan traslados y producen flujos, movimientos de construcción real y simbólica, construyen nuevas territorialidades, nuevas morfologías espaciales y nuevas configuraciones territoriales. De ahí que el reto y compromiso de los estudiosos frente a los desafíos presentados, consiste en entender el proceso de desarrollo sostenible, desde la integración y articulación de diferentes factores: sociales, económicos, ambientales, culturales, políticos y ecológicos.

La posibilidad de que los actores interactúen tomando decisiones conjuntas a nivel del destino remite a un nexo cooperativo fuerte, donde se requiere de los actores la capacidad de visualizar el destino turístico como un todo complejo y ser conscientes de las interrelaciones que afectan cada actividad. Este punto es esencial porque requiere de los actores la capacidad de visualizar el destino turístico como un todo complejo, y ser conscientes de las interrelaciones que afectan cada actividad.

5. La sostenibilidad del sistema turístico y su comportamiento complejo.

La sostenibilidad del desarrollo turístico y su estrecha relación con la región donde se desenvuelve, hace del sector una aproximación al análisis sistémico, que resulta, por ende, de la suma de eventos que tienen que ver con la satisfacción del turista y con la disposición de todos los medios disponibles para que ello sea posible.

Por su parte Capra (1998) (citado por Alfonso, 2004: 9) señala que si bien existen antecedentes del enfoque sistémico desde la antigua Grecia, que fueron poco entendidos y atendidos durante siglos, fue hasta principios del siglo XX, que los descubrimientos realizados en diversas temáticas científicas que van desde la biología, la física, la ingeniería hasta la sociología y la economía, permitieron la formulación de planteamientos más ordenados y aplicables bajo el nombre de teoría de sistemas, visión sistémica u holística y más recientemente sistemas complejos y paradigma de la complejidad.

Para esto se hace imprescindible abordar algunos aspectos del turismo relacionados con la teoría general de sistemas permitiendo de esta forma un paso de avance al posterior análisis de la teoría del comportamiento complejo para dicha actividad.

El análisis sistémico del turismo se justifica, como propuesta metodológica, al ser un sistema con entradas y salidas, y un fenómeno socio-económico y espacial, donde se interrelacionan diferentes elementos. Al respecto, la SECTUR (2000) afirma que el turismo como objeto de estudio, puede ser abordado desde diferentes disciplinas científicas, siendo muy útil un enfoque transdisciplinario como la teoría de sistemas, para estudiar integralmente al turismo.

Por su parte Morín (2001) plantea que como ventajas la virtud sistémica permite; poner en el centro de la teoría, con la noción de sistema, no una unidad; concebir la noción de sistema, como no formal o ambigua; situarse en un nivel transdisciplinario.

Otros autores (Lanfant, 1995; Acerenza, 2003; Arroyo, González y Segrado, 2008) entienden a la teoría general de sistemas como una representación ideal y simplificada de la realidad que sirve de punto de partida al proporcionar un método y soporte conceptual, ya que es capaz de explicar el concepto de turismo como sistema; no obstante la identificación de los elementos constitutivos dependerá de la escala y del enfoque de estudio.

Para Arroyo et al. (2008), la teoría general de sistemas implica que toda entidad o sistema forma parte de otro sistema mayor, con su correspondiente organización de entrada, procesamiento, salida y retroalimentación. Como propuesta teórica surgió con

la intención de ser una alternativa a los enfoques analítico-mecánicos que fragmentaban la realidad, dividiendo los fenómenos en partes, tanto como fuera posible, para analizarlos separadamente, bajo la premisa de que todo problema puede ser solucionado separando sus partes fundamentales y analizándolas individualmente.

Para Heredia (2009) un sistema es el conjunto de dos o más elementos de cualquier clase o naturaleza relacionada entre sí y con el medio o entorno que los contiene.

Es de destacar que son varios los elementos y modelos de sistemas aplicados a la actividad turística, cada uno de ellos enfocado a un análisis específico. Entre estas se encuentran la investigación con en la oferta, Raimundo Cuervo (1967), donde propuso un sistema a partir de las demandas de los viajeros, luego Neil Leiper (1990), da un enfoque distinto a la actividad turística (origen-destino). Posteriormente Sergio Molina (1991) amplió el sistema, aportando los conceptos de superestructura, estructura e infraestructura, al tiempo de combinar la oferta y la demanda, siempre desde la óptica de la teoría general de sistemas.

Al considerar estas propuestas sistémicas, se puede deducir fácilmente que en el sistema turístico no hay líneas claras de demarcación entre la formulación y la implementación, entre el sector estatal y no estatal, entre factores formales e informales. Las características propias del turismo afectan a todos por igual y pueden existir tantos enfoques como características o actividades tenga el turismo, por lo que es imposible abarcar todas las aproximaciones existentes al turismo.

Algo común a todos los modelos citados y los elementos confortantes de los mismos es que están relacionados entre sí e interactúan, pero los elementos que los conforman se separan y se examinan individualmente aunque en realidad estén ligados y la interrelación sea lo que permita su verdadero entendimiento (Cooper, 1997), por lo que se puede afirmar que estas propuestas son útiles, "para profundizar en el análisis de cuestiones puntuales, pero insuficientes para comprender y explicar la totalidad en la que se dan los componentes que se analizan" (Ander-Egg, 2001: 107).

Enfocado así, el análisis intenta explicar el fenómeno por medio de la división y reducción de los componentes que originan la actividad del turismo, y que hasta ahora no ha permitido un entendimiento correcto del fenómeno, por lo que se propone el análisis desde la complejidad.

Teniendo en cuenta lo anterior planteado, se deduce que el turismo es un objeto teórico-práctico muy difícil de delimitar, aunque se aprecia al fenómeno turístico como holístico, integrado e interconectado. Por lo que Ander-Egg, (2001:

93) (Citado por Arroyo et al., 2008: 5), plantea que bajo estas mismas circunstancias, existe ausencia de conceptualización, dificultad de delimitación, avances de investigación, y nuevos postulados teóricos, que permiten afirmar que la teoría general de sistemas, aplicable al ámbito de la investigación turística, no satisface todas las expectativas, por lo que se propone como alternativa la teoría de sistemas complejos ya que “existen circunstancias que están llevando a la necesidad de desarrollar un pensamiento complejo (...). Esto exige abrirse al pensamiento de la complejidad de lo real, forjar un pensamiento capaz de pensar esa complejidad”.

De ahí que realizando un análisis más casuístico, el turismo es considerado como: un subsistema del sistema total, lo cual permite mostrar que su papel en la producción encuentra su explicación en las transformaciones y cambios sufridos por el sistema, a través de sucesivas reorganizaciones en las que intervinieron diversos factores. Se han identificado las condiciones macroeconómicas y sociopolíticas de dichos cambios, y el rol de las políticas nacionales, para determinar la existencia de un sistema complejo. (Holder, 1987; García, 1994; Arroyo et al. 2008).

Para Contentti (2006) la complejidad implica la aceptación de una contradicción, es la idea de que no se puede escamotear las contradicciones con una visión eufórica del mundo. No hay realidad que se pueda comprender de manera unidimensional. La complicación es uno de los constituyentes de la complejidad.

Por lo que plantea dicho autor que son tres los principios que pueden ayudar a entender la complejidad:

El primero es el principio dialógico que se refiere a la enemistad entre orden y desorden. Este principio permite mantener la dualidad en el seno de la unidad. Asocia dos términos a la vez complementarios y antagonistas.

El segundo es el de recursividad organizacional que hace referencia a un proceso en el cual los productos y los efectos son, al mismo tiempo, causas y productores de aquellos que los produce.

Y el tercero implica que no solo la parte está en el todo, sino que el todo está en la parte, se presencia en el mundo biológico y sociológico, este principio es el hologramático.

Para Bar-Yam (1997) un sistema “complejo”, es un gran número de elementos que interactúan entre sí. Plantea además que la funcionalidad global del sistema se da precisamente por las interacciones, y por lo tanto no se encontrará tal funcionalidad si uno observa sólo a unos cuantos elementos. En resumen, se deben observar las relaciones del sistema, no sus elementos. Sobre esta misma idea

coinciden Leff (1986), García (1994), Luhmann (1997), Morin (2001), y González (2008).

Por esto, si se desea lograr un análisis que explique el fenómeno y refleje la realidad, es necesario adaptarse a los nuevos paradigmas que surjan. En el caso del turismo, además de la heterogeneidad, la característica determinante de un sistema complejo es la interdefinibilidad y mutua dependencia de las funciones que cumplen dichos elementos dentro del sistema total y esta característica excluye la posibilidad de obtener una explicación de la realidad del funcionamiento del sistema por la simple adición de estudios sectoriales correspondientes a cada uno de los elementos (García, 1994). Esto significa que el resultado no puede ser atribuido a cada componente por sí sólo, sino que es consecuencia de la acción cooperativa o antagónica entre ellos. (Jiménez, 1984; Segrado, 2008).

Para analizar la complejidad del turismo, es imprescindible enmarcar la actual investigación hacia su espacio territorial donde se desenvuelve el mismo, denominado destino turístico.

El destino debe ser entendido como un subsistema formado por elementos espaciales (recursos territoriales, infraestructuras, etc.), administrativos (legislación, políticas), y productivos (factores y recursos de producción, agentes, inversión, etc.); así como por el conjunto de sus interrelaciones y los efectos que producen, que son fundamentalmente sectoriales (unos bienes y servicios producidos y consumidos in situ) y geográficos (nuevas realidades paisajísticas, cambios en las relaciones territoriales previas, percepción del territorio, imágenes, etc.) (Barrado, 2005; Salinas, 2007).

Por lo tanto el autor asume lo planteado por Fernández (2007) al considerar el destino turístico como un sistema interconectado de recursos, ofertas, estructuras e infraestructuras que se encuentran dentro de un determinado territorio.

De ahí que es considerado como una aglomeración compleja de diversos sistemas donde existe una gran interacción entre sí de los fenómenos económicos, sociales y medioambientales y de redes. (Baggio, 2007).

El destino turístico es un sistema complejo que está formado por cuatro elementos fundamentales: la economía local, generada por las actividades de las propias empresas, por la fuente de trabajo y por la actividad productiva; la sociedad, la gente y los residentes que viven en el destino; la naturaleza del destino y los recursos turísticos, entendiendo por ello no sólo el atractivo turístico basado en la existencia de enclaves y parajes naturales de gran belleza, sino también los espacios urbanos adecuadamente conservados, construidos de modo equilibrado, limpios y ordenados; y la notoriedad y la calidad del destino. (Fernández, 2007).

En relación a esto Morín E. (2002) plantea que: En un sistema complejo, en cambio, existen variables ocultas cuyo desconocimiento nos impide analizar el sistema con precisión. Por ejemplo, una comunidad y sus actividades económicas no pueden ser separadas y si lo fuesen, al ser reintegradas, no se tendría la certeza de que las relaciones originales fuesen las mismas o de que existan otras nuevas, es decir que el sistema no es descomprimible, por lo que es evidente que un sistema complejo posee más información que la que da cada parte individualmente.

Como sistema de análisis no descomprimible, el turismo, según Uriel y Monfort (citado por Muñoz, 2005) “se distingue por la dificultad de delimitar las ramas que le dan cuerpo, como consecuencia del carácter mixto de la oferta turística y de la práctica imposibilidad de cuantificar algunos elementos que también forman parte de la misma; bien sea el paisaje, la cultura o el medio natural (...)”, es decir que como fenómeno complejo, interactúa con las dimensiones económicas, sociales, políticas, culturales, naturales, etc. y no puede ser encasillado en un sector, por lo que requiere ser analizado de forma amplia e integral, ya que posee unas características sui generis que le son inherentes.

Los autores concuerdan con lo anterior planteado y consideran además que el turismo sostenible es un sistema complejo, estructurada por la interacción e interdependencia de sus partes, integradas por sus elementos simples o subsistemas que se relacionan entre sí, compuesto a su vez por elementos más simples que interactúan como un todo.

Por lo que Antón (2008) considera que los procesos de autoorganización de los sistemas complejos dan lugar a sistemas nuevos, con cualidades nuevas respecto a sus subsistemas o partes, no basta frecuentemente el conocimiento propio de una disciplina o ciencia particular para entender al sistema; incluso un esfuerzo multidisciplinario muchas veces no es suficiente y el conocimiento aportado por varias disciplinas se debe integrar dentro de un nuevo marco conceptual, bajo nuevos presupuestos epistemológicos, dando lugar a nuevas formas de organización del conocimiento y a nuevas estrategias de indagación, que trasciende el ataque multidisciplinario: ocurre un fenómeno de transdisciplinariedad. La transdisciplinariedad está probando ser fundamental para el abordaje de la comprensión de los sistemas complejos y de los procesos de complejización.

No es, entonces, de extrañar que todo lo antes expuesto tenga una influencia cada vez mayor en la manera que existe de pensar el mundo y que conduzca a nuevas normas y valores del saber y a un nuevo estilo de racionalidad que es, no lineal, en red, holista, omnioobjetivo y transdisciplinar.

Conclusiones

El desarrollo del Turismo Sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones receptoras presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

El turismo en las regiones donde se desenvuelve es un factor de desarrollo local determinante, al ser una actividad generadora de divisas, multiplicador del gasto del turista, y generadora de empleo, entre otros beneficios que trae consigo para el aumento de la calidad de vida en los territorios.

El estado actual de los modelos de análisis del desarrollo sostenible del turismo hace necesario un mayor análisis y debate sobre aspectos básicos que permitan construir una base teórica sobre la cual se sustenten las investigaciones y las acciones, que permita establecer una relación con el desarrollo local teniendo en cuenta el comportamiento complejo que se manifiesta en el sector turístico, así como la utilización de técnicas que permitan el análisis más eficaz al analizar la relación entre el desarrollo del turismo sostenible y el desarrollo local.

Bibliografía

- Allende, J.
1988. Desarrollo económico local y reestructuración urbana-regional en “La ciudad. Instrumento de recuperación económica de creación de empleo”. Ed. Ayuntamiento de Vitoria. Vitoria.
- Arroyo, Lucinda; González, Damián; Segrado, Romano.
2008. El desarrollo de Cancún analizado desde la teoría de los sistemas complejos.
- Artesi, Liliana.
2002. “Turismo, Desarrollo Local y Redes”. Aportes y Transferencias. Mar del Plata: CIT Año 6 volumen 2; pp. 71 – 92
- Betancourt, M.E.; Peregrín, A.; Falcón, M.A. ; Urra, H. y Vázquez, R.
2007. Procedimiento para la planificación y gestión integral del desarrollo turístico sostenible a escala local en Cuba, CEMTUR, Universidad de Camaguey.
- Blancas, F. J., Lozano, M., Pérez, F., González, M., Molina, J., Guerrero, F. M y Caballero, R.
2007. Indicadores sintéticos de sostenibilidad turística: Un análisis comparativo del turismo en las costas españolas. Anales de Economía Aplicada, XXI, pp. 45-65.

- Bosch, José Luis; Suárez, Silvana y Olivars, Gladys.
2004. "La importancia de la generación de empleo como dinamizadora del Desarrollo Local en un Centro Turístico. Caso: San Carlos de Bariloche" Aportes y Transferencias, Mar del Plata: CIT, año 8 volumen 2; pp. 25 – 44.
- Brinckmann, Wanderléia Elizabeth ; Brinckmann, Mauricio Neison Y Mueller, Débora Cristina.
2010. Desarrollo, complejidad y turismo sostenible. El uso del territorio frente a los retos del siglo XXI. Universidad de Santa Cruz do Sul . Brasil.
- Díaz Quintero, Gisela y Norman Vega, Alfredo.
2010. Manual de Procedimientos para Entrenadores en Turismo Sustentable. Consultores de CETA, Cuba.
- Enríquez, Alberto.
2008. Hacia una delimitación conceptual del desarrollo regional / local./ Alberto Enríquez.-- [s.l, s.n]., p. 15.
- Escobal, Javier y Torres, Javier.
2002. "Un Sistema de Indicadores Líderes del Nivel de Actividad para la Economía Peruana". GRADE. Documento de Trabajo No. 38.
- Flores, Consuelo.
2006. Visiones del turismo comunitario, Revista Turismo, ICTUR, La Paz. Bolivia.
- Freitag, D.
2007. Machine learning for information extraction in informal domains. *Machine Learning* 39(2/3). pp. 169–202.
- Gallopín, G.
2003. "Sostenibilidad y Desarrollo Sostenible: un enfoque sistémico". División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos, Proyecto NET/00/063. "Evaluación de la Sostenibilidad en América Latina y el Caribe". CEPAL. Gobierno de los países bajos. Santiago de Chile, Mayo de 2003. pp.43.
- González Fontes, Ramón.
2001. VI Conferencia Internacional de la Red Iberoamericana de Investigadores sobre Globalización y Territorio, ciudad de Rosario, Argentina.
- González, A. y Samper, Y.
2006. Iniciativa municipal para el desarrollo local: una propuesta novedosa. En *Desarrollo local en Cuba: Retos y Perspectivas*. La Habana: Academia.
- Gutiérrez Castillo, Orlando; Gancedo Gaspar, Nélica.
2002. Una década del desarrollo del turismo en Cuba. *Revista Economía y Desarrollo*. No 2.
- Guzón, A.
2006. Estrategias municipales para el desarrollo. En *Desarrollo local en Cuba: Retos y Perspectivas*. La Habana: Academia.
- Holder, J.
1987. "The Patterns and Impact of Tourism" en *Environmentally Sound Tourism in the Caribbean*. The Banff Centre School of Management, Abril 1987. Barbados.
- HUGHES, G.
2002. "Environmental indicators". *Annals of Tourism Research*, 29. pp. 457-477.
- López Gómez, María Dolores.
2007. Turismo sin desarrollo. Los intereses creados como amenaza al sector turístico de República Dominicana. INFORME DE INVESTIGACIÓN DE INTERMÓN OXFAM.
- Mantero, Juan Carlos.
1997. "Turismo: la opción incluyente" Aportes y Transferencias, Mar del Plata: CIT, año 1 volumen 2; pp. 119 – 136.
- Mazaro, Rosana; Varzin, Giovanni.
2008. "Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad", *Revista de Administración Contemporánea*. Vol.12, No. 3.
- Morin, Edgar.
1995. *Introducción al Pensamiento Complejo*. Editorial Gedisa. Barcelona, España.
2002. *Introducción al Pensamiento Complejo.. Comunidad Internacional y Cambio Climático Global a propósito de nuevas tendencias y escenarios*. GEDISA, España.
- Narváez, Mercy; Fernández, Gladys.
2009. Indicadores de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad: un análisis aplicado a la Península de Paraguaná. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, Vol. XV, Núm. 2, julio-diciembre, 2009, Universidad Central de Venezuela. Venezuela. pp. 101-119
- Pérez De Las Heras, Mónica.
2008. *Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*, Mundi Prensa, España.
- Rojas H. J.
2007. *Comunidad Humana, Desarrollo y Biosfera. Hacia una Sustentabilidad Integral*. En: *Análisis Forum de Sustentabilidad*. Cátedra UNESCO. pp.9-27.
- Salinas, E.; Navarro, E.; Echarri, M.; y La O, J.A.
2008. "Metodologías para la evolución de la sustentabilidad territorial: El uso de indicadores en destinos turísticos de Cuba". *Boletín de la R.S.G.*, CXLIV, pp.77-102.
- Sancho Pérez, Amparo y García Mesanat, Gregorio.
2005. "El posicionamiento de un destino turístico en un mercado globalizado y competitivo: Comparación de prácticas entre competidores y líderes". En *Seminario Internacional de Turismo y Ocio*.

ESADE-Fira de Barcelona.

2006. ¿Que indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos?

2006. "Medición de la capacidad de carga de la población local y los turistas en un destino turístico". En Jornadas sobre técnica y métodos en investigación turística. AECIT-Fitur.

Silva Lira, Iván.

2002. "Desarrollo local y alternativas de desarrollo productivo: el impulso de un cluster eco-turístico en la región de Aysén". Serie gestión pública. Nro. 24. Santiago de Chile, ILPES / CEPAL.

Varisco, Cristina

2004. "El cluster turístico de Miramar". Aportes y Transferencias. Mar del Plata. Año 8 volumen 2. pp.61-88.

2007. Sistema productivo turístico y desarrollo local. Universidad Nacional de Mar del Plata –Argentina. Julio 2007, Vol. IV, No. 2.

Vázquez Barquero, A.

1988. Desarrollo Local. Una estrategia de creación de empleo. Ed. Pirámide. Madrid. p. 78.

Notas

- ¹ Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD): Informe para la Asamblea General de las Naciones Unidas titulado Nuestro Futuro Común (WCED, 1987),
- ² Ley 81 "Medio Ambiente", Cuba: 11 de junio de 1997.
- ³ Disponibilidad de recursos activos y dotación de derechos; auto-dependencia y empoderamiento.

Recibido: 25/11/2012

Reenviado: 17/10/2013

Aceptado: 01/12/2013

Sometido a evaluación por pares anónimos

III Virtual Conference in
Tourism and Development
From 08 to 24 July 2014

Hosted by Eumed.net group and University of Palermo, Argentina.

Themes of debate:

- Rural tourism and entrepreneurship
- Cultural Patrimony
- Environmentalism and tourism
- Sustainability and tourism
- Tourist marketing
- Socio economic effects of tourism in local community
- Gastronomic patrimony
- Archeology and tourism
- Modernity, patrimony and tourism
- Contemporary art, globalization and tourism
- Gentrification process

At this event you will find

- Professors and professional Researchers coming from more than 15 different countries interesting in submitting procedures and outcomes of their respective investigations.
- Policymakers and practitioners who want to construct a bridge with the academicians and know further of conceptual theories.
- Students interested in tourism led issues.

Comité científico:

Prof. Korstanje Maximiliano
Director of Conference
University of Palermo, Argentina

Editorial Committee

Aguirre, Juan (Universidad Latina, Costa Rica); Amorim Costa de, Ericka (Instituto Politécnico de Tomar, Portugal); Busby, Graham (Plymouth University UK); Campodónico, Rossana (Universidad de la República, Uruguay); Capellano Dos Santos, Marcia (Universidade Caxias do Sul, Brasil); Clayton, Anthony (University of West Indies, Jamaica); Cisneros Mustelier, Lourdes. (Universidad de la Habana, Cuba); Cohen Erik (The Hebrew University of Jerusalem, Israel); Cruz, Graciela (Universidad Autónoma del Estado de México, México); Fyall, Alan (University of Florida, US); Gastal, Susana (Universidade Caxias Do Sul, Brasil); George, Babu (Swiss Management Centre, SMC University, Switzerland); Monterrubio, Juan Carlos (Universidad Autónoma del Estado de México, México); Muñoz de Escalona, Francisco. (Científico jubilado CSIC, España) ; Noguez Pedregal, Antonio Miguel (Universidad Miguel Hernández, España) ; Olsen, Daniel (Brandon University, Canada); PanossoNetto, Alexandre (Universidade de Sao Paulo, Brasil); Perello, José Luis (Universidad de la Habana, Cuba)
Prideaux, Bruce (James Cook University, Australia); Raj, Razaq (Leeds Metropolitan University, UK)
Rozo Bellón, Edna (Universidad Externado de Colombia, Colombia)
Schluter, Regina (CIET, Argentina); Santana Talavera, Agustín (Universidad de la Laguna, España)
Serrano Barquín, R. C. (Universidad Autónoma del Estado de México, México); Tarlow, Peter. (Texas A&M University, US); Timothy, Dallen (Arizona State University, US)
Tzanelli, Rodanthi (University of Leeds, UK) ; Tribe, John (University of Surrey, UK)
Vargas Sánchez, Alfonso (Universidad de Huelva, España)



Interested participants can contact to
Lisette Villamisara at lisette@eumed.net

Opiniones y ensayos

Reflexiones en torno al turismo volcánico. El caso de Islas Canarias, España

Francisco Javier Dóniz-Páez*

Universidad de La Laguna (Tenerife, España)

Resumen: Los destinos maduros de sol y playa están teniendo serias dificultades económicas y sociales para mantenerse. Además hay que añadir una demanda cada vez más exigente y que requiere de multiproductos turísticos. En este sentido, el geoturismo es una opción más dentro de la oferta turística de muchos destinos maduros y consolidados litorales. En el caso de Canarias, dado la geodiversidad de su relieve volcánico, el turismo volcánico se presenta como la principal modalidad de geoturismo y como una medida para la diversificación del producto turístico Canarias. El objetivo de este trabajo es por un lado, plasmar las cuestiones teóricas sobre lo qué es el turismo volcánico, sus líneas de investigación y cuáles son sus principales atractivos turísticos y por otro, exponer muy brevemente que se está haciendo en Canarias con los diferentes productos volcanoturísticos que se están explotando, algunos de ellos dentro del plan de competitividad turística “Islas Canarias, una experiencia volcánica”.

Palabra Clave: Geoturismo, turismo volcánico, geodiversidad, recurso y producto turístico, Canarias.

Reflections on the volcano tourism. The case of the Canary Islands, Spain

Abstract: The established sun-and-beach destinations are suffering serious economic and social hardships. It must be added to this an increasingly demanding clientele also requiring a multifarious and diverse range of alternatives. In this sense, geotourism is one further option within the touristic pool given by many consolidated, sun-and-beach destinations. As regards the Canary Islands, and taking into consideration the diversity of its settings, volcanic tourism appears now as the main form of geotourism and a measure for the needed diversification of the Canarian touristic product. On the one hand, this paper intends to sketch the theoretical issues and definition of volcanic tourism, its research lines at the present and touristic lure. On the other, and from a practical perspective, the aim is to develop a model for the islands including different volcano touristic products currently exploited, some of them enclosed within the campaign for touristic competitiveness “Canary Islands volcanic experience”.

Key words: Geotourism, volcanic tourism, geodiversity, resource and product, Canarias.

“...La llovizna cesó poco después, el cielo tornó de un azul radiante, y dos volcanes nevados permanecieron inmóviles en el horizonte por el resto de la jornada.”

El general en su laberinto, 2004.
Gabriel García Márquez.

1. Introducción

Los volcanes constituyen uno de los fenómenos naturales más temidos y respetados por la sociedad. El hombre ha visto con temor las erupciones volcánicas a las que considera como fuerzas inexorables portadoras de muerte y desolación. En este sentido, mitos,

* Profesor Asociado, Departamento de Geografía, Universidad de La Laguna. Profesor de la Escuela Universitaria de Turismo Iraitte adscrita a la Universidad de La Laguna. E-mail: jdoniz@ull.es

leyendas y crónicas abundan en su poder destructivo, hasta tal punto que los volcanes activos se les han considerado morada de seres malignos, e incluso, se les ha identificado con el mismo infierno (Viramonte e Incer-Barquero, 2008; Katharine et al., 2008).

Es evidente que dado el enorme poder de atracción que tienen los paisajes volcánicos, todos los aspectos negativos en torno a los mismos y sus erupciones están relacionados con un desconocimiento profundo del proceso eruptivo, por lo que es necesario corregir este déficit (Aguirre, 2007; Bird et al., 2010). Desde muy antiguo fue conocida la fertilidad de los campos de cultivo asociados a los procesos eruptivos, pero los volcanes también aportan otros recursos mineros, geotérmicos y turísticos, por lo que constituyen un recurso socioeconómico incuestionable (Fig. 1). Por esta razón, se estima que entre 350 y 500 millones de personas viven en zonas volcánicas con riesgo futuro de erupciones (Tanguy et al., 1998). Este hecho pone de manifiesto que, pese a los potenciales peligros derivados de una erupción volcánica, el hombre valora aquellos aspectos positivos que los volcanes les ofrecen: suelos, materiales para la construcción y la decoración, agricultura, geotermia, turismo, etc. Del conjunto de recursos socioeconómicos que se obtienen de los volcanes, el turismo es el principal (Sidgursson y Lopes, 2000; Lopes, 2005; Erfurt-Cooper y Cooper, 2010; Erfurt-Cooper, 2011; y Dóniz-Páez, 2012).

Figura 1. Extracción de lapilli cementados (tobas) en Lanzarote, Canarias.



Las erupciones volcánicas son creadoras de nuevas formas de relieve directas que se desarrollan a la escala humana, por lo que el hombre puede ver el nacimiento, el crecimiento y la formación del volcán con sus lavas, piroclastos y gases. Es aquí donde estriba una de las principales características diferenciadoras del proceso eruptivo en relación con otras formas y tipos de relieve y, por tanto, donde reside el principal atractivo de las manifestaciones volcánicas: la fascinación que produce ver las entrañas de la tierra y su formación en un *espectáculo terriblemente bello* (Erfurt-Cooper y Cooper, 2010).

La posibilidad de observar una erupción es lo que convierte a los paisajes volcánicos en lugares de indudable atracción de visitantes, si esto se planifica y se gestiona correctamente se pueden crear nuevos productos turísticos con la *marca volcán*.

Éstos contribuyen, por un lado, a poner dentro del mercado turístico nuevos destinos y, por otro, a la diversificación de la oferta turística de un espacio geográfico concreto. En el caso de áreas turísticas maduras vinculadas al sol y la playa como Canarias, con ciertos síntomas de agotamiento (Álvarez-Alonso, 2004; Corral y Hernández, 2010; Hernández y Santana, 2010; Simancas et al., 2010), la explotación turística de los volcanes (geoturismo) no solo se presenta como una alternativa seria, sino casi como una necesidad, máxime si tenemos en cuenta que las Islas cuentan con los parques nacionales más visitados de España en los que los volcanes son una atractivo interesante (Dóniz-Páez, 2010).

Los diferentes autores que trabajan en turismo volcánico coinciden en un aspecto esencial a la hora de visitar los volcanes y es que éstos sean seguros para la población (Sigurdsson y Lopes, 2000; Lopes, 2005; Heggø, 2010, etc.), razón por la que plantean la relación entre el turismo volcánico y la gestión de los peligros y los riesgos eruptivos (Bird et al., 2010), de manera que si un volcán entraña peligro para los visitantes, inmediatamente queda fuera de los itinerarios turísticos.

El objetivo de este artículo es doble. Por un lado, realizar, por primera vez en España, una reflexión sobre lo qué es y lo que significa el turismo volcánico, las líneas de investigación y qué recursos volcánicos se explotan turísticamente: Por otro lado, la aplicación de esta modalidad de geoturismo en Canarias, para ello se enumeran algunos productos turísticos con la marca volcán. El objetivo del trabajo condiciona la estructura del mismo. En primer lugar se dedica un extenso apartado a plantear el estado de la cuestión del turismo volcánico. En segundo lugar un epígrafe dedicado al turismo volcánico canario, donde se hará mención a los productos turísticos que se están desarrollando bajo el programa *Canary Islands volcanic experience* de la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias. Y, por último, una discusión y unas conclusiones sobre cómo se está desarrollando esta modalidad de geoturismo y cuáles son sus problemas, retos y perspectivas futuras.

2. El turismo volcánico

Los volcanes activos y la gama de procesos y formas a las que dan lugar han sido objeto de atracción de visitantes desde hace varios siglos (Erfurt-Cooper, 2011). Durante los siglos XVII y XVIII, en el denominado *Grand Tour*, la aristocracia europea visitaba los volcanes italianos del Vesubio y el Etna (Sigurdsson y Lopes, 2000), dentro de la propia filosofía de este movimiento consistente en la instrucción de los jóvenes aristócratas, casi

siempre ingleses. Actualmente los turistas que acceden a los volcanes lo hacen por varios motivos (educativo, ecológico o aventura) y ya no responden a un perfil tan específico como en siglos pasados.

Se estima que más de 134 millones de personas visitan anualmente territorios volcánicos (Erfurt-Cooper, 2011), sin embargo, está claro que esta cifra es mucho mayor ya que en su estudio Patricia Erfurt-Cooper, no ha recogido el total de áreas volcánicas activas que cuentan con visitas. En este sentido, por ejemplo, menciona los 3.5 millones de turistas/año del Parque Nacional de las Cañadas Teide, pero sin embargo no aparecen los más de 1.5 millones de visitantes que recibe el Parque Nacional de Timanfaya en Lanzarote. Por tanto, no es de extrañar que la afluencia de turistas a territorios volcánicos supere con creces la cifra propuesta por esta autora.

2.1. En qué consiste el turismo volcánico

El turismo volcánico es un sector muy importante del geoturismo que se define como la exploración y el estudio de las formas y procesos geotérmicos de volcanes activos, pero también como la visita a volcanes dormidos o a regiones de volcanismo extinto, siempre que su patrimonio geológico y geomorfológico sea de interés y atracción para generar corrientes de visitantes (Erfurt-Cooper, 2010a y 2011, Dóniz-Páez, 2012). El turismo volcánico es particularmente popular cuando se combina con otras actividades recreativas como los deportes activos: el esquí, la escalada, el senderismo (Fig. 2), etc. (Erfurt-Cooper y Cooper, 2010). Por tanto, el turismo volcánico entendido como la práctica de ciertas actividades recreativas relacionadas con los volcanes durante el tiempo de ocio, está en auge y está muy generalizado sobre todo en países desarrollados (Erfurt-Cooper, 2010a), a pesar de ello, la atención que se le dedica sigue siendo insuficiente (Dóniz-Páez, 2012).

Las razones del éxito de esta nueva modalidad de geoturismo son dos (Lopes, 2005 y Erfurt-Cooper, 2010a). La primera está en relación con la propia distribución mundial de los volcanes, lo que permite que los procesos eruptivos estén presentes en muchas regiones del planeta y cerca de los grandes focos emisores de turistas, contribuyendo a una mayor accesibilidad a los mismos. Por tanto, en términos de distancia/tiempo o de distancia/coste, la relación es positiva; sobre todo si tenemos en cuenta que muchos de los paisajes volcánicos más visitados están ubicados en las mismas zonas emisoras de turistas (Fuji-Hakone-Izu en Japón, Etna, Teide y Santorini en Europa, Yellowstone, Mauna Kea en EEUU-Canadá, etc.) (Dóniz-Páez, 2012). La segunda razón tiene que ver con el perfil del

visitante de volcanes. En principio la afluencia a las geografías volcánicas no requiere de un público especializado, por lo que el disfrute de los volcanes está dirigido a un público general (Lopes, 2010) y no se requiere de un visitante con altos conocimientos volcánicos debido a la diversidad de recursos turísticos que se adaptan a las necesidades del variado perfil de visitantes (belleza, escenarios, spas, senderismo, etc.). Este hecho, sin duda, garantiza su éxito como espacios y/o destinos turísticos, dado la variedad de recursos que los volcanes ofrecen con posibilidades turísticas.

Figura 2. Cartel anunciando senderismo en un volcán (cinder cone), Sicilia, Italia.



2.2. Líneas de investigación sobre turismo volcánico

Las investigaciones científicas y divulgativas cuyo objeto de análisis son los volcanes son muy variadas. La diversidad de los estudios sobre territorios volcánicos está en relación con una característica intrínseca de la ciencia volcanológica: su carácter multidisciplinar. Los profesionales centrados en el estudio de los volcanes dan lugar a investigaciones que van desde las estrictamente físicas y/o naturales (geofísicas, geológicos, geoquímicas, geomorfológicos, biológicas, etc.), hasta aquellas más vinculadas con las ciencias sociales (turismo, literatura, arte, arqueología, etc.).

Como se ha indicado, los volcanes activos o dormidos y las formas de relieve únicas han fascinado al hombre desde tiempos inmemorables, aún así, esto no se ve compensado con un aumento de la literatura dedicada al turismo volcánico (Erfurt-Cooper y Cooper, 2010). Éste constituye un campo de estudio muy reciente

que participa tanto de los aspectos naturales como sociales que nos ofrecen los volcanes. Es decir, que las actividades turísticas se sustentan en aquellos atractivos que ofrecen los volcanes y éstos pueden estar directamente vinculados con los procesos y las formas volcánicas, como con los escenarios que generan. A pesar de que la contemplación de los volcanes con una finalidad turística cuenta con una larga trayectoria de varios siglos, las investigaciones centradas exclusivamente en la explotación turística de las geografías eruptivas son bastante más recientes (Dóniz-Páez et al., 2010 y Dóniz-Páez, 2012). El denominado geoturismo ha encontrado en los geoparques una realidad donde desarrollar toda una metodología teórico-práctica vinculada con disponer de un rico patrimonio geológico-geomorfológico, de iniciativas de geoconservación, educación y divulgación y crear un proyecto socioeconómico y cultural a través de iniciativas de desarrollo local.

Los estudios sobre los nuevos productos turísticos volcánicos apenas cuentan con varios años. Este hecho ha imposibilitado crear un cuerpo teórico, conceptual y epistemológico muy bien desarrollado. En este sentido, la práctica totalidad de las investigaciones relacionadas con el turismo volcánico se pueden sintetizar en dos trabajos interesantes que se centran en desarrollar guías globales o locales de los atractivos turísticos de volcanes según regiones del mundo (Lopes, 2005 y Erfurt-Cooper y Cooper, 2010). En España los escasos estudios están relacionados con la explotación turística de los volcanes a través de los senderos y paneles informativos como por ejemplo en la Región Volcánica de Calatrava en Ciudad Real (González-Cárdenas et al., 2005) o en el Parque Natural de la Garrotxa en Girona. En el caso de Canarias los principales trabajos sobre turismo volcánico se hacen desde la perspectiva de la sostenibilidad y de potenciar el patrimonio geológico (Anguita et al., 2002; Carracedo, 2006) y geomorfológico de los volcanes (Dóniz-Páez, 2009 y 2012; Dóniz-Páez et al., 2007, 2010a, 2011 y 2013). En todos ellos se plantea la manera de poner en valor los recursos geomorfológicos y la puesta en marcha de itinerarios volcánicos en la isla de El Hierro, Tenerife y Lanzarote. Asimismo, desde la administración regional canaria y desde algunas corporaciones insulares (Cabildos), se están potenciando nuevos productos turísticos con la marca volcán en el plan de competitividad y con el sello *Islas Canarias una Experiencia Volcánica*: Volcanes de vida, Rutas de Experiencia Volcánica, Canarias Siete Colores, Volcanes y Estrellas, Formas Mágicas, Proyectos de Geoparques, etc. (Fig. 3).

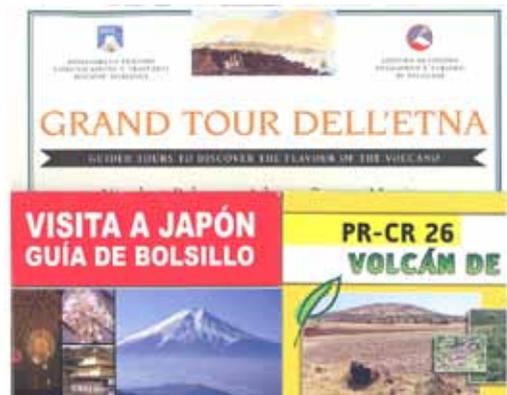
Figura 3. Cartel del proyecto de geoparque de la isla de El Hierro



2.3. Perfil del turista volcánico y tipo de visita a los volcanes

Tal y como se ha comentado, una de las razones del éxito del turismo volcánico está en que acapara una amplia gama de perfiles de visitantes. Ahora bien, dado la propia definición del turismo volcánico, es cierto que se pueden plantear productos turísticos orientados hacia visitantes más especializados, con un alto conocimiento del fenómeno eruptivo sin que haya conflicto alguno entre unos y otros turistas (Fig. 4). Tanto en un caso como en el otro, el incremento de los visitantes a las zonas volcánicas por motivos turísticos depende de varios factores: el estado activo o no de los volcanes, la facilidad de acceso a los mismos, el tipo de clima, el transporte y la distancia a recorrer, el coste adicional para transportar equipamientos, etc. (Erfurt-Cooper y Cooper, 2010).

Figura 4. Diferentes folletos turísticos donde se promocionan los volcanes. Colección particular del autor.



Los diferentes operadores turísticos ofrecen visitas a volcanes en función de la mayor facilidad de acceso y de la disminución de los factores de riesgo a los mismos (Erfurt-Cooper y Cooper, 2010). En general se puede hablar de tres principales tipos de visitas a los volcanes en función de la mayor o menor información que exista del volcán, del mayor o menor conocimiento que el visitante tenga o quisiera tener del volcán y de la propia experiencia del visitante: tour de un día (Japón, Teide, Islandia, etc.), en excursiones (Ruta de los Volcanes en La Palma, Estromboli, etc.) y en expediciones y exploraciones (Erta-Ale, Antártida, Kamchatka, etc.) (Erfurt-Cooper y Cooper, 2010). Esta tipología de visitantes volcánicos pone de manifiesto su diversidad, pero todos tienen en común la visita in situ de los volcanes, entre otros, a través de itinerarios turísticos. En este sentido, el primer grupo de visitantes (tour de un día) son los más numerosos, corresponde a grupos que llegan en masa, acceden en autobús, eligen volcanes muy visitados y fácilmente accesibles y no implican ningún tipo de riesgo para los visitantes. El segundo grupo (excursiones) corresponde a visitantes en grupos (estudiantes, científicos, fotógrafos, etc.) y el escenario que visitan cambia con respecto al grupo anterior: mayor duración de la visita y mayor dificultad de acceso por tratarse de volcanes menos visitados. El tercer tipo (exploraciones) corresponden a los visitantes menos numerosos, necesitan de equipamientos específicos para subir a los volcanes ya que los elegidos son menos accesibles y la duración de la expedición y exploración puede durar varios meses.

Independientemente del tipo de recursos como de visitantes, en diferentes lugares del planeta los volcanes se explotan turísticamente atendiendo a dos grandes tipos de productos turísticos. Los vinculados con gran afluencia de público, fundamentalmente centrados en visitantes de corta duración y que muestran practicas turísticas alejadas de los criterios de la sostenibilidad. Frente a destinos volcánicos selectivos con un perfil de turista integrado y muy respetuoso con los valores intrínsecos del lugar visitado. Está claro que parece existir una relación directa entre el menor conocimiento turístico de los volcanes y la mayor afluencia a los mismos y a la inversa. Este hecho ha quedado constatado para los turistas que visitan el Parque Nacional del Teide (Dóniz-Páez, 2010). Está claro que dado la enorme fragilidad de muchos de los territorios volcánicos y el carácter no renovable de su patrimonio geomorfológico, lo deseable sería la segunda modalidad turística: pocos visitantes en una misma área y totalmente integrados con los atractivos diversos que les ofrece el volcán. De esta

manera se controlaría la excesiva presión sobre determinados volcanes y se evitaría su deterioro.

2.4. Recursos volcánicos explotados turísticamente

Los volcanes ofrecen múltiples beneficios para la sociedad. Los principales están relacionados con en la energía (geotermia) y los minerales (puzolanas, áridos pómez, lavas, etc.). Sin embargo, actualmente el principal recurso económico que ofrecen los volcanes, como se ha dicho, es el turismo. Las motivaciones para visitar los volcanes dependen de los atractivos del volcán, pero también del tipo de turista (doméstico o internacional, familiar, jubilados, aventureros, científicos, estudiantes, geoturistas, ecoturistas, fotógrafos, escritores, etc.). Algunos autores han confeccionado el *top ten* de los atractivos volcánicos (Erfurt-Cooper y Cooper, 2010): campos de lava activos, erupciones estrombolianas, charcas de agua caliente, geiseres y fuentes termales, lagos de lava, cráteres con lagos de agua, fumarolas y emanaciones de gases, volcanes de barro clientes, ríos y cascadas y materiales volcánicos (Fig. 5).

Figura 5. Recursos volcánicos explotados turísticamente: parque culturales (Vesubio, Nápoles), emanaciones de gases (Etna, Sicilia), espeleología (Cueva de San Marcos en Tenerife) y paisajes (rutas de los volcanes en La Palma).



Tal y como hemos señalado, los volcanes disponen de múltiples recursos turísticos que atraen a los visitantes. Es necesario plantearse cuáles son estos atractivos y establecer una clasificación de los mismos. En general, los principales recursos están relacionados con factores geonaturales (relieve, fuentes termales, playas, vegetación, fauna, etc.) y geoculturales (históricos, arqueológicos, religión,

etc.). Unos y otros están, a su vez, condicionados por factores de índole socioeconómica y política, encaminados a poner en explotación turística el conjunto de atractivos volcánicos de una región concreta con políticas públicas y/o privadas que garanticen el correcto uso de estos frágiles espacios turísticos.

Dentro del conjunto de atractivos eruptivos y de actividades que se realizan en los volcanes, la mayoría de los autores (Sigurdsson y Lopes, 2000; Lopes, 2005, Erfurt-Cooper y Cooper, 2010, Dóniz, 2010 y 2012) las agrupan en ocho categorías:

- 1) El escenario en sí, es decir, la belleza de las geografías eruptivas como lugares emblemáticos para el disfrute y la contemplación o para la toma de fotografías (Lopes, 2005). Los paisajes generados por las erupciones volcánicas constituyen espacios que entrañan cierta magia relacionada con los procesos que los generaron, con su monumentalidad y con sus colores.
- 2) El espectáculo de la actividad volcánica y la observación de volcanes activos y en erupción (Fig. 6) que son seguros y accesibles para los turistas (Sigurdsson y Lopes, 2000, Gaudru y Erfurt-Cooper, 2010).
- 3) Las fuentes termales, charcas de lodo hirvientes y los spas naturales relacionados con los beneficios que desempeñan para la salud (Sigurdsson y Lopes, 2000); sobre todo para enfermedades de la piel, reumáticas y asmáticas.
- 4) Escenarios para la práctica de deportes de riesgo y de aventura (Lopes, 2010) como el esquí, la escalada, el senderismo, el descenso de barrancos, etc. (Sigurdsson y Lopes, 2000, Erfurt-Cooper, 2010b). Los volcanes, en ocasiones, generan relieves abruptos, solitarios y de elevadas altitudes, que dan lugar a geografías únicas y emblemáticas para el desarrollo de deportes y actividades muy específicas.
- 5) Actividades ecoturísticas, geoturismo (Sigurdsson y Lopes, 2000, Dóniz-Páez, 2009, Dóniz-Páez, et al., 2010a y b, Erfurt-Cooper, 2010b, Mollaei et al., 2010, Sheth et al., 2010) y turismo científico (Toulkeridis y Zak, 2010). El conjunto de estas actividades turísticas están en relación con la vulnerabilidad y la fragilidad de muchos de los paisajes volcánicos que atraen a los ecoturistas.
- 6) Las playas de arena negra, roja y verde (Sigurdsson y Lopes, 2000) que contrastan mucho con la imagen de las playas paradisíacas de arena rubia, que son el modelo más demandado por los turistas. En este sentido, las playas de colores de los volcanes hacen que lo raro se convierta en algo exótico, apetecible y demandado.
- 7) La arqueología, la antropología y los parques culturales; la relación entre todos ellos se remonta a los orígenes de la humanidad en África

(Sigurdsson y Lopes, 2000). La desaparición de ciudades bajo los efectos de los piroclastos y las lavas de muchos volcanes ha despertado la curiosidad de los turistas. La manera de poner en explotación este atractivo turístico y convertirlo en un producto afianzado es a través del parque cultural.

- 8) Volcanes y religión relacionado con creencias ancestrales y mitos donde se realizan ofrendas (fiesta del kesodo en Indonesia), vinculados con que los volcanes son morada de dioses pero también de demonios (Sigurdsson y Lopes, 2000, Bourseiller y Durieux, 2001; Glockner, 2009).

Figura 6. Volcán Colima en erupción. Colima México. Foto M. Bretón.



Todo lo expuesto pone de manifiesto la diversidad de atractivos que ofrecen los volcanes, por lo que las razones por las que se visitan los paisajes volcánicos son igualmente variadas (Lopes, 2010). Sin embargo, el éxito del turismo volcánico está relacionado con varios hechos (Erfurt-Cooper y Cooper, 2010): el primero es que el turismo volcánico mantiene conexiones con otros tipos de turismo que se desarrollan sobre los paisajes volcánicos (spas, ecoturismo, turismo de aventura, etc.); la segunda razón es la estrecha conexión del turismo volcánico con los deportes de riesgo y aventura (escalada, esquí, senderismo, etc.) y tercero, con la facilidad de acceder a muchos volcanes lo que provoca un incremento de los geoturistas volcánicos y la cuarta razón está vinculada con el incremento de áreas protegidas en función de sus extraordinarios valores geológicos y geomorfológicos (geoparques).

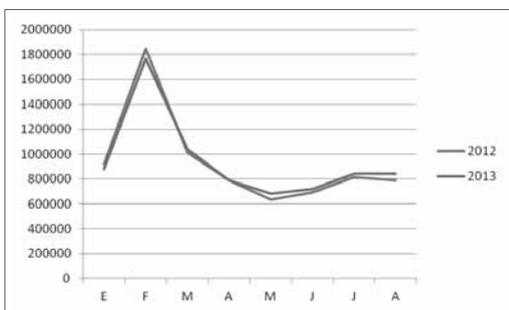
Ahora bien, las distintas razones por las que se visitan los volcanes se pueden sintetizar en dos grandes grupos de atractivos. Unos relacionados con la fascinación y la belleza que ejerce el poder de la naturaleza a través de la observación de una erupción volcánica (Sigurdsson y Lopes, 2000) y

otros con los diferentes productos que éstas generan: gases-geotermia, playas, acumulaciones de lava, lapilli, escorias, etc. (Dóniz-Páez, 2012 y Dóniz-Páez et al., 2010).

3. El turismo y los volcanes en canarias

Canarias constituye un destino maduro cuyo principal atractivo es el turismo heliotrópico. Sin duda, millones de visitantes buscan en las islas el poder disfrutar de las bondades de su clima *eternamente* primaveral y de sus paisajes, además de otros atractivos vinculados con el denominado turismo clásico de sol y playa. Ahora bien, en el contexto de la crisis económica mundial, los destinos maduros están experimentando cierto retroceso en términos de llegada de turistas y de gasto turístico. En el caso de Canarias este problema ha sido coyunturalmente resuelto por la particular crisis de nuestros competidores directos en el norte de África (*primavera árabe*). Así, Canarias ha pasado de recibir unos 8590081 turistas en 2010 a 10101493 en 2012, siendo su máximo en 2011 con 10.318178 pasajeros extranjeros (www.gobcan.es). Si analizamos la evolución mensual de entrada de turistas extranjeros a Canarias hasta agosto de 2013 y lo comparamos con 2012 (Fig. 7), se aprecia que la inestabilidad de nuestros competidores en el norte de África nos siguen beneficiando.

Figura 7. Evolución de los turistas extranjeros en Canarias durante los meses de enero a agosto de 2012 y 2013. Fuente Gobierno de Canarias. Elaboración Propia.

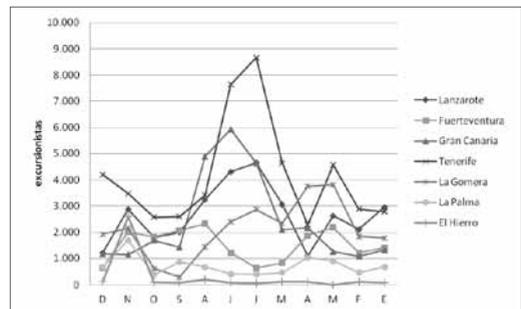


Esto datos indican que este tipo de turismo es el principal para las islas, por lo que su presencia es vital para la economía de Canarias. Ahora bien, la degradación de muchos de los espacios turísticos (sobre todo en Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura), la competencia cada vez más intensa de destinos menos deteriorados, tanto cercanos como lejanos, que ofrecen un turismo

masivo de sol y playa y los cambios en el perfil de la demanda turística, necesariamente deben poner en alerta a los agentes turísticos canarios y plantear y/o continuar con nuevas modalidades de actividades, productos y experiencias turísticas (senderismo, turismo activo, geoturismo, birdwatching, etc.) y reorientar el turismo tal y como se plantea en otras regiones turísticas maduras españolas e incluso canarias (Aguiló et al., 2005; González-Hernández et al., 2006; Parreno, 2008; Domínguez-Mújica, 2008; Vera-Rebollo et al., 2011). Entre esas actividades, dado la naturaleza volcánica de canarias y su alta geodiversidad, el turismo volcánico es una opción viable.

En un intento de precisar y cuantificar que turistas no eligen el sol y la playa como principales motivaciones para venir a Canarias, se valoró el número de excursionistas durante el año 2011 (Fig. 8) por ser el año de mayor llegada de turistas a las islas. Éstos buscan un contacto más directo con la naturaleza, se integran mucho mejor con las poblaciones locales y disponen de hábitos de consumo y de comportamiento diferentes al turismo de sol y playa. Aunque es evidente que no todos estos excursionistas están motivados por la geodiversidad, sí que dentro de ellos puede estar el nicho de mercado para el turismo volcánico.

Figura 8. Excursionistas por islas durante los doce meses de 2011.



Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

3.1 El turismo con la *marca* volcán

Las geografías volcánicas muestran una amplia gama de posibilidades para desarrollar prácticas turísticas que van destinadas desde a un público general, hasta un turista más específico que busca el estudio de los volcanes. En este sentido, no todos los volcanes tienen las mismas posibilidades turísticas y depende entre otros aspectos, del conjunto de atractivos que posean, de cómo están definidas las políticas turísticas públicas de cada

Tabla 1. Unidades de relieve de Canarias y sus principales atractivos y usos turísticos

Unidades Relieve	Procesos predominantes	Formas predominantes	Atractivos turísticos	Actividades turísticas
Macizos Antiguos	erosión	Barrancos, acantilados, diques, playas, etc.	Barrancos, acantilados y playas	Senderismo, paisajes, descenso de barrancos, bañismo, etc.
Dorsales y campos de volcanes	volcánicos	Volcanes, campos de lava, barrancos...	Campos de lava, tubos volcánicos, conos volcánicos, etc.	Senderismo, paisaje, espeleología, bañismo, etc.
Teide	volcánicos	Estratovolcán, domos, campos de volcanes, coladas de lava...	Teide	Senderismo, paisaje, escalada, etc.

territorio y de cuál es la intervención de la sociedad civil en la definición del producto turístico. Al igual que para otras regiones (Romero y Belmonte, 2002), los paisajes geomorfológicos poseen un alto valor turístico en tanto en cuanto que son recurso y soporte de muchas actividades turísticas. En el caso de Canarias, en la tabla 1 aparecen resumidas las principales morfoestructuras de las islas con sus formas y procesos más significativos y sus principales recursos-atractivos y actividades turísticas.

Islas Canarias *volcanic experience* es un sello de calidad que distingue a las islas como destino preferente para disfrutar de su naturaleza y vida de forma respetuosa con el medio ambiente y sostenible con las poblaciones locales. Al mismo tiempo, garantiza la calidad en la oferta global de los servicios turísticos que las Islas Canarias ponen a tu disposición a la hora de emprender tus vacaciones de turismo activo y de naturaleza. Este

sello recoge el compromiso de calidad por parte de hoteles, casas rurales, albergues, restaurantes, centros de actividades, museos y parques de las Islas que creen en un turismo divertido a la vez que sostenible (www.turismodecanarias.com) (Fig. 8). Este ambicioso proyecto surgido al amparo de un convenio de colaboración entre el Estado, el Gobierno Autónomo, los Cabildos Insulares y otras empresas turísticas (Boc, nº 43 de 18/2(2010), se enmarca en la línea de identificar diferentes oportunidades y recursos de alta potencialidad turística y cuenta con una financiación tripartita de 3.9 millones de euros. Islas Canarias una experiencia volcánica ya se ha puesto en marcha y consta de tres grandes apartados. Uno referido hacia la definición del producto Canarias una experiencia volcánica, otro a la puesta en valor de este producto volcánico y el último vinculado con la consolidación de la estructura y de la comercialización.

Tabla 2. Productos turísticos con la marca volcán de Canarias

Isla Producto	El Hierro	La Palma	Tenerife	Gran Canaria	Fuerteventura	Lanzarote
	Museo Restin-golitas	Ruta volcanes-C. Interpretación volcanes San Antonio y Teneguía	Barranco del Infierno	Pico y Caldera de Bandama	Cueva del Llano	Cueva de los Verde Jameos del Agua
			Cueva del Viento			Timanfaya
			C.Interpretación volcán Chinyero			
			Rutas volcánicas			

Figura 9. Folletos promocionales de la gastronomía de las islas con el sello de calidad Islas Canarias volcanic experience.



Este hecho pone de manifiesto el doble papel de los volcanes de cara al turismo volcánico. Por un lado un turista más específico (científico) relacionado con las características del propio fenómeno eruptivo (cráteres, conos, lavas, tubos, etc.) y, por otro, unos visitantes con un perfil más amplio, vinculados con un multiproducto relacionado con otros atractivos que ofrecen los paisajes volcánicos isleños (gastronomía, viticultura, paisajes agrarios, cultura, historia, alojamientos, etc.) (Fig. 9), pero que igualmente puede disfrutar de la geodiversidad de los volcanes canarios.

3.2 Geoturismo en Canarias

Las islas Canarias constituyen una región diversa natural y culturalmente. Su ubicación a oeste de la costa sahariana de África, su latitud subtropical, la presencia del anticiclón dinámico de las Azores, la corriente marina fría de canarias y su naturaleza volcánica con un origen aún no del todo resuelto, son factores que condicionan la diversidad de su fauna y flora y la de su relieve (paisajes naturales). Por ello, podemos hablar de la elevada biodiversidad y geodiversidad de este archipiélago. Asimismo, la adaptación de los pobladores a lo largo de la historia a las circunstancias particulares de cada una de las islas (clima, aguas, orografía, volcanes, política, economía, etc.), han determinado su diversidad cultural (paisajes culturales).

A continuación se enumeran los productos turísticos de Canarias en cuya base de explotación turística el volcán desempeña un papel clave, en el sentido que son las formas y procesos eruptivos los atractivos principales explotados en cada uno de ellos, en ocasiones bien como contenido y en otras bien como contenedor vinculados con otras ofertas de ocio. Desde luego no se pretende

realizar un estudio exhaustivo de estos productos, que si ha sido recogido en trabajos previos (Dóniz-Páez, 2012), pero se ha intentado que aparezcan los más significativos y emblemáticos de Canarias. En este sentido, se han seleccionado diez productos referidos a las islas de El Hierro, La Palma, Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote (Tabla 2). De entre todos estos ellos, destacan las rutas volcánicas en Tenerife y el museo de las restingolitas en el pueblo de La Restinga en el municipio de El Pinar en El Hierro, dado su carácter simbólico y emblemático relacionado con la última erupción de carácter submarino que ha tenido lugar en la isla entre 2011-2012 (Fig. 10).

Figura 10. Rutas volcánicas en Tenerife (arriba) y folleto del museo de las Restingolitas en El Hierro (abajo).



4. Discusión y conclusión

El turismo volcánico es una modalidad de geoturismo que se base en poner en explotación turística aquellos aspectos relacionados con la geodiversidad de los volcanes. A pesar de la escasa literatura científica dedicada a las actividades, productos o experiencias de turismo volcánico, lo cierto es que es una modalidad de turismo que está en incremento por múltiples razones (recursos y atractivos variados, políticas propensas, etc.). Al igual que con otros productos turísticos nuevos, el volcanoturismo puede ayudar a diversificar la oferta turística de las regiones que albergan volcanes como Canarias. Es evidente que el turismo masivo de sol y playa es una realidad incuestionable en Canarias y obviar su importancia y protagonismo en el turismo y en la economía de las islas, no solo es un error, sino un atrevimiento falto de argumentos objetivos. Ahora bien, el carácter obsoleto de muchas de las infraestructuras turísticas y su necesidad de renovación (Marrero y Santana, 2008; Simancas, 2010 y 2011), la presencia de una demanda cada vez más exigente y variada y la necesidad de un cambio en el modelo turístico de Canarias (Parreno, 2008; Domínguez-Mújica, 2008), hacen necesario diversificar el producto turístico Canarias con una serie de iniciativas que complementen al turismo de sol y playa. En este sentido, tanto los agentes públicos (Estado-Turespaña, Canarias, Cabildos, Ayuntamientos) como privados del turismo de Canarias están apostando por la diversificación de la oferta de ocio y por nuevos productos turísticos. Así, el turismo volcánico o volcanoturismo, se presenta como la principal modalidad de geoturismo en las islas y no solo cuenta con el respaldo de los diferentes actores turísticos, sino que Canarias posee los recursos y atractivos volcánicos (geodiversidad) necesarios para poner en marcha iniciativas de este tipo, entre todas ellas, las más importante es *Canary Islands volcanic experience* (Pérez y Hernández, 2010). Ahora bien, a pesar de los esfuerzos y de la voluntad manifiesta de profundizar en la diversificación de la oferta turística de las islas a través de toda una gama de actividades y nuevos productos, los resultados son todavía escasos. Este hecho pone en evidencia que el camino iniciado es bueno, pero que aún queda mucho por recorrer.

Bibliografía

Aguiló, E. Alegre, J. y Sard, M. (2005). "The persistence of the sun and sand tourism model". *Tourism Management*, 26: 219-231.

- Aguirre, J. (2007). "Tourism, volcanic eruptions and information: lessons for crisis management in national parks, Costa Rica, 2006". *Pasos*, 5(2): 175-191.
- Anguita, F., Márquez, A., Castiñeiras, P. y Hernán F. (2002). *Los volcanes de Canarias. Guía geológica e itinerarios*. Madrid, Rueda.
- Álvarez-Alonso, A. (2004). "EL ciclo de vida de los destinos turísticos litorales". En Álvarez-Alonso, A. Hernández, J. y Simancas-Cruz, M. (Dir. Coord.), *Turismo y territorio en la sociedad globalizada* (pp.123-155). Adeje: Ayto. Adeje e Instituto Pascual Madoz del Territorio, urbanismo y medio ambiente-Universidad Carlos III.
- Bird, D.; Gisladottir, G. y Dominey, D. (2010). "Volcanic risk and tourism in southern Iceland: implications for hazard risk and emergency response education and training". *Journal of volcanology and geothermal research*, 189:33-48.
- Bourseiller, P. y Durieux, J. (2001). *Los volcanes y los hombres*. Lunweg. Carracedo, J. (2006). *El volcán Teide. Volcanología, interpretación de paisajes e itinerarios comentados*. Tenerife: Cajacanarias.
- Corral, S. y Hernández, J. (2010). "El turismo en destinos maduros archipelágicos: condicionantes y estrategias. El caso de los "tres grandes": Hawái, Canarias, Baleares". En Hernández, A. y Santana, A. (coord.). *Destinos turísticos ante el cambio* (pp. 161-182). La Laguna: Instituto Universitario de ciencias políticas y sociales.
- Domínguez Mújica, J. (2008). "El modelo turístico de Canarias". *Études caribéennes* (en línea). 9-10.
- Dóniz-Páez, J. (2009). "Patrimonio geomorfológico de los volcanes basálticos monogénicos de La Caldera de Gairía-Malpaís Chico y el Malpaís Grande en la isla de Fuerteventura (Canarias, España)". *Nimbus*, 23-24: 89-103.
- Dóniz Páez, J. (2010). "Turismo en Espacios Naturales Protegidos en Canarias: el Parque Nacional de las Cañadas del Teide (Tenerife, España), durante el periodo 2000-2008". *Estudios Turísticos*, 183: 91-103.
- Dóniz Páez, J. (2012). "Turismo volcánico. Canarias: productos turísticos y propuesta de itinerarios". Alemania: EAE.
- Dóniz-Páez, J. Coello, E., Romero, C. y Guillén, C. (2007). "Valoración del patrimonio geomorfológico del tubo volcánico de Montaña del Castillo (Tenerife, Canarias)". *Minius*, XV: 85-96.

- Dóniz-Páez, J., Becerra, R., Guillén, C. Kereszturi, G.
2010. "Volcanes y turismo: patrimonio, atractivo, recurso y producto". *Turismo*, 2: 73-79.
- Dóniz-Páez, J., Becerra-Ramírez, R., González, E., Guillén-Martín, C. y Escobar, E.
2010a. "Volcanic geomorphosites and sustainable tourism: the example of the La Corona del Lajial Volcanic Complex, EL Hierro Island, Canary, Spain": En *6th Cities on volcanoes* (pp 192). Tenerife.
- Dóniz-Páez, J. Guillén-Martín, C. y Becerra Ramírez, R.
2010b. "Propuesta de un itinerario geomorfológico: el complejo volcánico de La Corona del Lajial en la isla de El Hierro". En VI Seminario sobre senderismo temático, valorización del patrimonio y desarrollo local. Tegueste, Universidad de La Laguna.
- Dóniz-Páez, J., Becerra, R., González, E., Guillén, C. y Escobar, E.
2011. "Geomorphosites and geotourism in volcanic landscape: the example of La Corona del Lajial cinder cones (El Hierro, Canary Islands, Spain)". *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 2 (8): 185-197.
- Dóniz-Páez, J., De Jesús Rojas, J., Zamorano Orozco, J., Becerra-Ramírez, R.
2013. "El patrimonio geomorfológico de los volcanes de El Malpaís de Güímar (Tenerife, España) y Parícutin (Michoacán, México): implicaciones geoturísticas. Patrimonio geológico, un recurso para el desarrollo". *Cuadernos del Museo Geominero*. 15: 39-48.
- Erfurt-Cooper, P.
2010a. "Volcano tourism: a growing demand for active volcanoes and geothermal destinations". En *6th Cities on volcanoes* (pp. 203). Tenerife.
- Erfurt-Cooper, P.
2010b: "The significance of volcanoes for tourism in Japan". En *6th Cities on volcanoes* (pp. 203). Tenerife.
- Erurt-Cooper, P.
2011. "Geotourism in Volcanic and Geothermal Environments: Playing with Fire?". *Geoheritage*, 3: 187-193.
- Erfurt-Cooper, P. y Cooper, M.
2010. *Volcano and geothermal tourism. Sustainable geo-resources for leisure and recreation*. Publisher.
- Gaudru, H. y Erfurt-Cooper, P.
2010. "Tourism and volcanic risk during eruption. A challenge between security and the local economy". En *6th Cities on volcanoes* (pp. 202). Tenerife.
- Glockner, J.
2009. "Mitos y sueños de los volcanes". *Arqueología mexicana*, 95: 64-69.
- González Cárdenas, E., Gosálvez, R. y Escobar, E.
2005. "Guía divulgativa volcanes del Campo de Calatrava". Ciudad Real: Asociación para el desarrollo del Campo de Calatrava.
- González, M., León, C. y Padrón, N.
2006. "Obsolescencia y políticas de renovación medioambiental en el sector turístico". *Cuadernos económicos del ICE*, 71:153-176.
- Heggale, T.
2010. "Geotourism and public safety in volcanic environments". En Erfurt-Cooper, P. y Cooper, M. (Eds.), *Volcano and geothermal tourism. Sustainable geo-resources for leisure and recreation* (pp. 77-85). Publisher.
- Hernández, R. y Santana, A.
2010. "Destinos turísticos maduros ante el cambio. Reflexiones desde Canaria". La Laguna: Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad de La Laguna.
- Katharine, V., Cashman, S. y J. Cronin.
2008). "Welcoming a monster to the world: myths, oral tradition and modern societal response to volcanic disasters". *Journal of Volcanology and Geothermal Research*, 176(3): 407-418.
- Lopes, R.
2005. *The volcano adventure guide*. Cambridge: University Pres.
- Lopes, R.
2010. "Volcanoes for the non-professional: encouraging tourism and education". En *6th Cities on volcanoes* (pp. 203). Tenerife.
- Marrero, J. y Santana, M.
2008). "Competitividad y calidad en los destinos turísticos de sol y playa. El caso de las Islas Canarias". *Cuadernos de Turismo*. 22: 123-143.
- Mollaei, H., Torshizian, H. y Sharifi, E.
2010. "Sabalan volcano lake: an example of geotourism potential in Iran". En *6th Cities on volcanoes* (pp. 201). Tenerife.
- Parreno, C.
2008. "Turismo sostenible y diversificación de la oferta en las Islas Canarias (España). *Études caribéennes* (en línea) 9-10.
- Pérez, N., Hernández, P.
2010. Islas Canarias volcanic experience: a tourist marketing challenge for the Canary Islands. En *6th Cities on volcanoes volcanoes* (pp. 206). Tenerife.
- Romero, A. Belmonte, F.
2002. "Los paisajes geomorfológicos de la región de Murcia como recurso turístico". *Cuadernos de Turismo*, 9: 103-122.
- Sigurdsson, H. y Lopes, R.
2000. "Volcanoes and tourism", En *Encyclopedia of volcanoes* (pp. 1283-1299). San Diego: Academic Press.

- Sheth, H., Ray, J., Bhutani, R., Kumar, A. y Awasthi, N.
 2010. "The latest (2008–09) eruption of Barren Island volcano, and some thoughts on its hazards, logistics and geotourism aspects". *Current Science*, 98 (5): 620-62.
- Simancas, M.R.
 2010. "La estrategia de renovación de los alojamientos turísticos en áreas consolidadas: la experiencia de Canarias". *Cuadernos de Geografía de la Universidad de Valencia*, 87: 23-44.
- Simancas, M.R.
 2011. "El fracaso de la renovación de las áreas turísticas consolidadas del litoral a través de la sustitución de la oferta de alojamiento obsoleta: la experiencia de las Islas Canarias". *Cuadernos de Turismo*, 27: 875-906.
- Simancas, M., De Souza, A. y Núñez, M.
 2010. "La renovación de los espacios públicos en áreas turísticas consolidadas. En Hernández, R. y Santana, A. (Coord.). *Destinos turísticos maduros ante el cambio. Reflexiones desde Canarias* (pp. 183-213). La Laguna: Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad de La Laguna.
- Tanguy, J., Ribière, Ch., Scarth, A. y Tjetjep, W.
 1998. "Victims from volcanic eruptions: a revised database". *Bulletin of volcanology*, 60: 137-144.
- Toulkeridis, T. y Zak, V.
 2010. "Volcanic Caldera Lake Cuicocha in Ecuador and associated scientific tourism". En *6th Cities on volcanoes* (pp. 205). Tenerife.
- Vera Rebollo, J., López, F., Marchena, M. y Antón, S.
 2011. "Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Viramonte, J. e Incer-Barquero, J.
 2008: "Masaya the "mouth of hell", Nicaragua: volcanological interpretation of the myths, legends and anecdotes". *Journal of volcanology and geothermal research*, 176 (3):419-426.

Recibido: 23/09/2013
Reenviado: 05/12/2013
Aceptado: 13/01/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

Nota de investigación

Propuesta de itinerario turístico para una ciudad histórica a partir de las figuras de protección patrimonial de sus inmuebles. Un ensayo para el municipio de Padrón (A Coruña)

Ana Mesía López*

Universidad de Santiago de Compostela (España)

Resumen: El texto revisa las figuras de protección patrimonial de Padrón, una ciudad histórica vinculada al Camino de Santiago y a escasos kilómetros de Santiago de Compostela, tratando de reflexionar sobre su idoneidad y vigencia. A partir de esas figuras y los bienes de interés cultural que protegen, diseñamos un itinerario turístico que aúna monumentalidad, paisaje e identidad para conseguir un producto turístico global que convierta a Padrón en un destino de turismo cultural con entidad propia, que enriquezca la experiencia del visitante e implique a la población local.

Palabras clave: Turismo, patrimonio, identidad, protección, monumento, entorno, paisaje.

Proposal for a tourist itinerary historic figures from the heritage protection of their property. An assay for the town of Padrón (A Coruña)

Abstract: This text revised Padrón protection figures, a historical city linked to the Way of Saint James and a few kilometers from Santiago de Compostela, trying to reflect on their appropriateness and validity. From these figures and cultural assets to protect, we design a touristic itinerary that combines monumentality, landscape and identity to get an overall tourism product that turns Padrón in a cultural tourism destination in its own right, that enriches the experience of visitor and involve local people.

Keywords: Tourism, heritage, route, protection, monument, surroundings, landscape.

1. Introducción

El patrimonio histórico-artístico tiene una importante función turística pues genera imagen de marca a través de su singularidad y contribuye a generar riqueza y empleo en el segmento del turismo cultural, cada vez más importante dentro de la industria turística. Así, los lugares poseedores de bienes integrantes del patrimonio cultural adquieren una nueva posición estratégica que los sitúa en el punto de mira de gestores turísticos y diseñadores de producto turístico.

La Carta Internacional sobre Turismo Cultural¹ se refiere a la interacción entre los recursos o valores del patrimonio y el turismo como *dinámica y en continuo cambio, generando para ambos oportunidades y desafíos así como potenciales situaciones conflictivas. Los proyectos turísticos, sus actividades y su desarrollo deberían conseguir resultados positivos y minimizar los impactos negativos para el patrimonio y para los modos de vida de la comunidad anfitriona, al mismo tiempo que deberían responder a las necesidades y expectativas del visitante.*

* E-mail: anaisabel.mesia@usc.es

Tal vez, en este párrafo, se sintetice todo lo que debe ser la relación entre el turismo y el patrimonio ya que entre ambos debe existir interacción constante que garantice el desarrollo del primero y la conservación del segundo.

Es necesario poner especial atención en la conservación y mantenimiento de los lugares patrimoniales ya que el acceso a estos recursos se debe basar en la adecuada gestión del flujo de visitantes para mitigar la incidencia negativa que supone la sobrecarga, generadora también de situaciones incómodas para la población local. Esta circunstancia puede dar lugar al abandono y la búsqueda de un lugar de residencia más tranquilo, lo que redundará en la pérdida de vida del destino.

Así mismo, es la imagen del lugar la que el turista busca y recuerda, por lo que cualquier transformación de un elemento o del territorio va a contribuir de modo directo en la percepción final del destino.

El patrimonio histórico es frágil y cualquier cambio realizado con falta de sensibilidad termina para siempre con el bien. Por este motivo se hace necesaria la planificación sostenible del turismo con la garantía de una legislación que vele para que la evolución del sector, el crecimiento equilibrado de la oferta turística y el desarrollo empresarial, en todo momento, respeten, preserven y protejan el patrimonio cultural y la forma de vida de la población local, con el adecuado control de los posibles impactos negativos y los eventuales problemas que puedan surgir.

2. El turismo en Padrón

En este contexto, el caso de Padrón es único en la geografía gallega en cuanto a diversidad de patrimonio. Posee 71 bienes inscritos en el inventario general de patrimonio cultural de la Dirección General de Patrimonio Cultural de la Xunta de Galicia, de los cuales, seis de ellos gozan de la categoría de bien de interés cultural (BIC), la máxima protección patrimonial que otorga la legislación. De éstos, cuatro son monumentos (Torre do Monte, Iglesia de Santa María de Herbón, Casa-museo de Rosalía de Castro y Ex colegiata de Santa María de Iria Flavia con su entorno), un jardín histórico y un paisaje pintoresco que, al no existir dicha figura de protección en la legislación patrimonial actual, en el inventario general lo ha equiparado a la categoría de sitio o territorio histórico. Además de estos elementos, el inventario recoge 65 bienes más.

Todos estos bienes son susceptibles de ser visitados en una única jornada pues se ubican a una distancia máxima de apenas tres kilómetros.

Esta peculiaridad le otorga la facilidad de poder presentar dicho patrimonio como un itinerario turístico único o vinculado a la ciudad de Santiago de Compostela, situada a 25 kilómetros y meta del Camino de Santiago.

Aunando turismo y patrimonio, podemos hacer que la experiencia turística sea más enriquecedora y completa y para eso, proponemos un itinerario turístico basado en las declaraciones patrimoniales de este municipio. Tomamos como base la declaración de paisaje pintoresco² formado por la Colegiata de Iria Flavia con el cementerio de Adina (actualmente denominados *Ex-colegiata de Santa María de Iria Flavia con su entorno*), la casa de Rosalía de Castro y el jardín de la villa de Padrón.

Para enriquecer el itinerario sumamos la iglesia y el convento de Santa María de Herbón, las Casas de los Canónigos, que actualmente ubican la Fundación Camilo José Cela, el Camino de Santiago y la Villa de Padrón, que ejercerá como punto de salida del itinerario y eje central de todo el patrimonio del municipio. Así, tendremos un circuito turístico cultural que aúna, en pocos kilómetros, patrimonio religioso, urbano, literario y natural y a su vez conforma un espacio con una doble lectura, la redefinición de la figura de paisaje pintoresco, la concienciación a los visitantes con el concepto de paisaje y entorno y la formación de un destino de imagen homogénea.

Observamos que, pese a la importancia que otorga a los inmuebles la declaración de BIC, la cercanía de todos ellos y la enorme influencia y vinculación de Padrón con el fenómeno jacobeo y con la cultura de Galicia, si consultamos datos de afluencia turística, su visibilidad es baja aunque tanto en la promoción turística municipal como autonómica, los lugares de interés vinculados al patrimonio de Padrón están identificados, descritos y fotografiados, todos ellos son accesibles, están abiertos en horario amplio y gozan de la suficiente singularidad para despertar el interés de los viajeros.

Si analizamos los datos de afluencia turística (Ilustración 1), vemos que se mantienen en una media de 17.000 visitantes al año, con la excepción de 1999 y 2005 que corresponden a años santos jacobeos³, lo que demuestra la importancia del Camino de Santiago. Hemos eliminado los años 2007 a 2011 porque durante ese tiempo, la oficina de turismo no llevó un registro de visitas aunque sabemos por datos de prensa, que la afluencia en 1010, también Año Santo, ha sido de 50.000 visitantes⁴.

Estos datos arrojan dos lecturas; la primera, que Padrón es un lugar poco visitado pese a su importancia histórico-artística y a la cercanía a Santiago de Compostela, situándose su afluencia

turística muy por debajo de los datos que ofrecen otras ciudades históricas gallegas, como, por ejemplo, Betanzos, con una media de 39.000 visitantes al año⁵, ciudad que también está vinculada al fenómeno jacobeo.

Por otra parte, los picos que reflejan los años 1999 con 28.106 visitas; 2004 con 34.337 y 2010 con 50.000 nos hace ver la importancia creciente del Camino de Santiago como producto turístico cuyo interés aumenta al focalizar a segmentos turísticos diferentes del religioso; así, personas interesadas en el turismo de naturaleza, deportivo y cultural se unen a los peregrinos que acuden a Santiago de Compostela por motivos religiosos.

Ilustración 1. Datos de afluencia turística. Fuente: Oficina de Turismo de Padrón



No podemos olvidar la importancia del turismo como generador de empleo ya que el 65% de la población de Padrón está vinculada laboralmente al sector servicios. El crecimiento de este sector nos muestra la importancia del turismo en una localidad; valor, por otra parte, similar al del resto de los cascos históricos de Galicia (por ejemplo, en Ribadeo es del 71%, en Betanzos del 79% y en Allariz del 67%)⁶.

3. Las figuras de protección patrimonial de Padrón

Actualmente, la categoría de paisaje pintoresco necesita un nuevo enfoque porque no forma parte de las categorías de patrimonio histórico protegido, ni en la Ley de Patrimonio Histórico Español (LPHE)⁷ ni en la Ley del Patrimonio Cultural de Galicia (LPCG)⁸.

La razón de ser de la declaración de este paisaje pintoresco de Padrón vino dada, según el decreto de declaración, por la necesidad de preservar los valores de reformas o innovaciones que pudieran perjudicarlo, era una manera de asegurar que en el futuro no se fuesen a destruir ninguno de los monumentos ni se fuese a alterar el paisaje con usos inapropiados. Con todo, la villa de Padrón y su

entorno han sufrido grandes alteraciones urbanísticas en las últimas décadas sin que la declaración de paisaje pintoresco haya podido evitarlo.

La LPHE reconoce cinco categorías en el patrimonio inmueble: monumentos, jardines, conjuntos, sitios históricos y zonas arqueológicas mientras que la LPCG aumenta dos categorías más: el lugar de interés etnográfico y la zona paleontológica.

Las categorías de jardín histórico y de zona arqueológica son definidas de la misma manera en las dos leyes: Jardín Histórico es el espacio delimitado, producto de la ordenación por el hombre de elementos naturales, a veces complementado con estructuras de fábrica, y estimado de interés en función de su origen o pasado histórico o de sus valores estéticos, sensoriales o botánicos y zona arqueológica es el lugar o paraje natural donde existen bienes muebles o inmuebles susceptibles de ser estudiados con metodología arqueológica, hayan sido o no extraídos y tanto si se encuentran en la superficie, en el subsuelo o bajo las aguas territoriales españolas.

El resto de las definiciones conservan una base común con diferentes matices. La LPHE define monumento como aquellos bienes inmuebles que constituyen realizaciones arquitectónicas o de ingeniería, u obras de escultura colosal siempre que tengan interés histórico, artístico, científico o social mientras que la LPCG no menciona el interés social y añade el interés arquitectónico, arqueológico, etnográfico y técnico. Además, incluye los muebles, instalaciones y accesorios que expresamente se señalen como parte integrante del mismo, y que por sí sola constituya una unidad singular.

Se define conjunto histórico como la agrupación de bienes inmuebles que forman una unidad de asentamiento, continua o dispersa, condicionada por una estructura física representativa de la evolución de una comunidad humana por ser testimonio de su cultura o constituir un valor de uso y disfrute para la colectividad. También cualquier núcleo individualizado de inmuebles comprendidos en una unidad superior de población que reúna esas mismas características y pueda ser claramente delimitado. La LPCG aumenta el matiz de que los inmuebles que forman un conjunto histórico puede ser que, individualmente, no tengan una especial relevancia.

Al hablar de ciudad histórica, el respeto a la localización de los inmuebles es imprescindible por la consideración de su protección ambiental que incluye tanto sus inmuebles declarados o catalogados como el resto de las edificaciones que sin tener singularidad arquitectónica configuran el carácter del espacio urbano y otorgan equilibrio entre edificación y entorno, es lo que la Carta del Restauo define como *todos los asentamientos humanos cuyas*

estructuras, unitarias o fragmentarias -incluso si se han transformado parcialmente a lo largo del tiempo- se hayan constituido en el pasado o en lo sucesivo, y tengan particular valor de testimonio histórico, arquitectónico o urbanístico.

Por lo tanto, una ciudad histórica tiene protección ambiental integral pues es ésta la que otorga su carácter único. Estas condiciones también nos remiten a la Carta de Venecia que nos habla de la reutilización de los monumentos con funciones útiles para la sociedad, una finalidad deseable pero que no debe alterar la distribución y el aspecto del edificio.

Sitio histórico se define como el lugar o paraje natural vinculado a acontecimientos o recuerdos del pasado, a tradiciones populares, creaciones culturales o de la naturaleza y a obras del hombre, que posean valor histórico, etnológico, paleontológico o antropológico. La única diferencia entre ambas leyes es que la LPCG aumenta el valor técnico y zona arqueológica es el lugar o paraje natural donde existen bienes muebles o inmuebles susceptibles de ser estudiados con metodología arqueológica, hayan sido o no extraídos y tanto si se encuentran en la superficie, en el subsuelo o bajo las aguas territoriales.

La LPCG aumenta dos categorías, el lugar interés etnográfico, que se define como aquel paraje natural, conjunto de construcciones o instalaciones vinculadas a formas de vida, cultura y actividades tradicionales del pueblo gallego y la zona paleontológica, lugar en que hay vestigios fosilizados o no que constituyan una unidad coherente y con entidad propia.

Como vemos, ninguna de las dos leyes define una categoría específica para el paisaje. La única mención se sitúa, en la LPHE, en su disposición transitoria octava, donde dice que los parajes pintorescos mientras no sean reclasificados, conservarán la condición de bien de interés cultural. En la misma línea, la LPCG, en su disposición adicional primera, mantiene la declaración a todos aquellos inmuebles y muebles que hubiesen sido declarados con anterioridad a la entrada en vigor de la ley.

Así, a día de hoy, esta situación que se preveía transitoria, todavía no ha sido resuelta y sería interesante que la LPCG contemplara una categoría que englobase a varios monumentos con sus entornos formando un todo continuo que incluyese los valores paisajísticos, patrimoniales y naturales, o dicho de otro modo, la conformación de un paisaje cultural.

Existe normativa medioambiental que regula el paisaje (Ley de protección del paisaje y Ley de conservación de la naturaleza de Galicia) pero no legislación patrimonial. Estas leyes definen

paisaje como cualquier parte del territorio tal y como la percibe la población, cuyo carácter sea el resultado de la acción y de la interacción de factores naturales y humanos⁹ y como espacio que, por sus valores singulares, estéticos y culturales o bien por la relación armoniosa entre el hombre y el medio natural, es merecedor de una protección especial¹⁰, respectivamente.

Una nueva definición para la categoría debería considerar el patrimonio, las características físicas, el contexto medioambiental, las vías de comunicación y la interacción con los ciudadanos, tanto a nivel simbólico e identitario como en el desarrollo de la vida cotidiana. Así, la población local se vería identificada e incluida en el desarrollo patrimonial de su territorio y se podrían evitar las fricciones y desconfianzas que surgen cuando se declara BIC un monumento determinado pues, declarando un espacio con significado, dicho espacio sería como el símbolo o la identidad del grupo.

Así conseguiríamos un espacio complejo conformado por un espacio objetivo que se superpone a otro subjetivo y se convierte en punto de referencia para un turismo en el que se disfrute de monumentos, literatura y tradición y que evoluciona en función de la experiencia personal de locales y visitantes.

Además, dicho espacio puede ser estudiado, definido y diseñado según otras muchas lecturas, convirtiéndose en un potente marcador territorial, un concepto que se utiliza habitualmente en arqueología y que se define en función del emplazamiento de determinados monumentos que pueden ser vistos desde diferentes perspectivas en función del lugar del territorio en el que nos ubiquemos y que también marcan los límites de los ámbitos privados y del propio territorio. Funciona perfectamente en Padrón conformando un espacio de gran carga simbólica e identitaria. Así, la visibilidad de los monumentos se asocia a la percepción del individuo que en función de sus características propias y al depender de diversos factores, varían, haciendo la experiencia turística más compleja.

En todo caso, estamos utilizando teorías de la percepción que no se limitan a la mera recepción de información sobre el entorno a través de los sentidos; se trata, por el contrario, de un acto de elaboración mental basado tanto en la información sensorial como en la memoria personal o grupal o las propias expectativas del individuo.

Cabe también una aproximación al espacio a través de la definición del espacio urbano según Lynch a través de hitos, sendas, bordes y barrios donde los hitos son los monumentos por su capacidad para articular el territorio y ser elemento esencial para gestionar el espacio turístico e influir en los flujos de visitantes hacia otros lugares, si es necesario. Esta cuestión es de suma importancia

porque la presión que, en ocasiones, se produce sobre determinados lugares o monumentos puede convertirse en un impacto negativo muy grave.

Siguiendo con la definición de esta teoría, las sendas estarían definidas por las vías de comunicación, los bordes por el entorno de cada monumento y los barrios, por los espacios que define el espacio complejo total.

Un enfoque interesante al respecto lo aporta la Carta internacional sobre el turismo cultural que define los sitios con patrimonio¹¹ como uno de sus objetivos la interacción entre los intereses de la conservación del patrimonio y los intereses de la industria turística, acerca de la importancia y frágil naturaleza de estos lugares, necesitados de lograr un desarrollo sostenible en su interacción con el turismo.

La carta nos está hablando de lugares de integridad física, ecológica y medioambiental, de lugares imbricados con su entorno, lo que nos lleva a la consideración de un destino cultural en su totalidad, el cual, en función de la flexibilidad en los nuevos usos del Patrimonio, puede redefinir su propio interés turístico y el de la región que lo engloba, ofreciendo oportunidades de articulación del territorio, nuevos usos turísticos para elementos del patrimonio y nuevas opciones de comercialización.

Este concepto nos aleja de la consideración de la utilización de bienes culturales en solitario a favor de una consideración amplia que incluya el entorno; no obliga a que la planificación turística seleccione elementos destacados por su calidad artística o su significado, que es práctica habitual, donde lo que se consigue es una carga excesiva sobre elementos puntuales del Patrimonio y escaso interés del resto de ellos.

El concepto de entorno se asocia por primera vez a los monumentos a principios del siglo XX en la figura de Giovannoni¹² que defiende el cuidado del ambiente de los monumentos antiguos y el respeto de las perspectivas pintorescas, conceptos desarrollados en la Carta de Venecia cuya definición de monumento incluye tanto la creación arquitectónica aislada como el ambiente urbano o paisajístico y su conservación implica la de sus condiciones ambientales. Poco a poco, nos hemos ido sensibilizando con el entorno en el que nos movemos, valorando los bienes no sólo por su importancia individual sino por pertenecer a un conjunto que le otorga coherencia, una nueva categoría estética que la UNESCO denomina paisaje cultural, y que define como aquel espacio representado por "los trabajos combinados de la naturaleza y el hombre"¹³. Actualmente el Consejo de Europa incluye en la denominación de patrimonio cultural para referirse a un todo que engloba tanto el conjunto edificado como su entorno, incluyendo la arquitectura contemporánea,

el diseño urbano, los sitios y paisajes culturales y los bienes muebles y conjuntos decorativos¹⁴.

La actual sensibilización paisajística hacia el patrimonio construido se basa en el desarrollo de las políticas europeas de protección del patrimonio cultural, las cuales, a través del Convenio europeo del Paisaje, han exigido mecanismos concretos para la conservación paisajística, su protección, gestión y ordenación, reconociéndolo jurídicamente como elemento fundamental del entorno y del bienestar humano y que cada estado miembro debe incluir en su ordenación jurídica de espacios naturales, ordenación del territorio y políticas sectoriales entre las que se encuentra el turismo.

Al amparo del Convenio, la Comunidad Autónoma de Galicia publicó la Ley de protección del paisaje de Galicia, de cuya definición de paisaje ya hemos hablado. Aunque esta normativa obliga a la integración del paisaje en las políticas sectoriales que puedan producir impacto sobre el mismo, en nuestra opinión, al ser redactada por el organismo competente en materia de Medio Ambiente, prima un marcado carácter ecologista que ensombrece la idea final de esta ley, la de legislar a favor de una protección de los paisajes culturales, acción que implica actuaciones más allá de los paisajes naturales.

A pesar de todo, la publicación de esta ley es fundamental en cuando a protección del entorno porque se le otorga la categoría de paisaje y, por fin, la calidad paisajística de un territorio se desvincula de la delimitación de los bienes de interés cultural y permite su protección mediante la declaración de paisaje protegido sin la necesidad de ubicación de un elemento vinculado al patrimonio artístico.

Este enfoque va a redundar en la mejora de la planificación turística ya que se pueden proteger los lugares de valor paisajístico al amparo de la mencionada ley, siendo esta protección la que salvaguarde su valor intrínseco y a la vez consiga una promoción al amparo de la notoriedad que taiga consigo la declaración y convierta el territorio en foco de interés y atracción y, por lo tanto, un producto turístico amparado por la ley y protegido de impactos negativos.

El concepto de entorno en la legislación patrimonial se desarrolla en función de un amplio y complejo conjunto de valores estéticos, históricos, técnicos, materiales y urbanísticos. La LPCG define este concepto por primera vez de modo específico pues las Comunidades Autónomas que publicaron leyes de patrimonio cultural con anterioridad a 1995 formularon el entorno como la LPHE, que en el artículo 11.2 establece la obligación de delimitarlo sólo en el caso de los expedientes de declaración de bien de interés cultural incoados con posterioridad a su entrada en vigor pero no para los declarados con anterioridad.

La LPCG lo define en el artículo 44, en los siguientes términos: El entorno de los monumentos estará constituido por los inmuebles y espacios colindantes inmediatos y, en casos excepcionales, por los no colindantes o alejados, siempre que una alteración de los mismos pueda afectar a los valores propios del bien de que se trate, su contemplación, apreciación o estudio.

La ley gallega se centra en el entorno de los monumentos, haciendo una distinción con el resto de las tipologías de BIC, cuyas características de entorno no se definen explícitamente y cuya redacción podría permitir excepciones.

La no existencia de mención directa al entorno de los BIC gallegos no exime de su delimitación pues ésta debe formar parte del expediente de declaración. Las menciones implícitas a la protección del entorno en los BIC, en el caso de conjuntos históricos se expresa mediante la garantía de la estructura urbana del mismo y las características generales del ambiente y la silueta paisajística; con respecto a las otras tipologías, sólo se hace mención a la colocación de elementos que impidan o menoscaben su apreciación dentro del entorno.

Vinculado en muchos casos al entorno de los inmuebles históricos está el jardín histórico definido en el artículo 2 de la Carta de Florencia como una composición de arquitectura cuyo material es esencialmente vegetal y, por lo tanto, vivo, perecedero y renovable. El concepto fue evolucionando, hasta integrarse en la imagen de paisaje cultural, en la categoría de paisaje diseñado¹⁶, una creación del hombre, construida según razones estéticas y, por lo general, asociado a edificios religiosos o monumentos.

Los jardines son una clase de bien inmueble con características especiales porque pueden verse fácilmente modificados con un inadecuado mantenimiento y perder su autenticidad debido a su especial fragilidad. Además, el trato que les da la ley es menos restrictivo que el de los monumentos y conjuntos históricos, únicos BIC que tienen un régimen específico.

Definidos en la LPCG como El espacio delimitado, producto de la ordenación por el hombre de elementos naturales, a veces complementado con estructuras de fábrica, y estimado de interés en función de su origen o pasado histórico o de sus valores estéticos, sensoriales o botánicos, la legislación de patrimonio les confiere una atención especial aunque el discreto tratamiento que les otorga hace que pasen casi desapercibidos, siendo necesario un desarrollo legislativo específico.

Los jardines, como inmuebles, se incluyen en los artículos dedicados al régimen general de aplicación donde se definen las condiciones generales para todos ellos aunque para encontrar unas normas específicas, debemos recurrir al artículo 48, de

protección de las otras clases de bienes inmuebles declarados que dice que los sitios o territorios históricos, las zonas arqueológicas y los lugares de interés etnográfico se ordenarán mediante planes especiales de protección u otro instrumento de planeamiento que cumpla las exigencias establecidas en esta ley. Los jardines históricos y las zonas paleontológicas podrán ordenarse mediante las figuras de planeamiento previstas en el apartado anterior.

Por una parte, se incluye a los jardines históricos en un artículo para “otros bienes inmuebles declarados”, evidenciando la mayor jerarquía o el mayor interés que suscitan en el legislador los monumentos y los conjuntos históricos sobre el resto de los bienes y dando la impresión de que el régimen para estos otros bienes debe ser más flexible sin tener en cuenta que en el apartado “otros” reúna a los bienes más frágiles y susceptibles de desaparición.

Además, la exigencia de ordenación que establece la esta ley sólo se extiende a los sitios históricos, zonas arqueológicas y lugares etnográficos; para los jardines históricos y las zonas paleontológicas utiliza podrán ordenarse, dejando la posibilidad de no ser protegidos y, por lo tanto, en riesgo de desprotección. Hay que buscar en la normativa sectorial de medio ambiente y urbanismo, que pueden integrar la protección de los jardines en los planes de utilización del suelo y en los documentos de ordenación y planificación del territorio.

Si recurrimos a la legislación urbanística, podemos proteger los jardines históricos a través de planes especiales de protección, que nacen para preservar, entre otros valores, los paisajes de interés y el patrimonio cultural o a través de los catálogos, instrumentos cuyo objeto es la identificación de elementos de características singulares que se deban conservar, mejorar o recuperar pero, como la competencia para su redacción y aprobación pertenece a los ayuntamientos, no existe ninguna norma legal que los obligue a incluir un elemento patrimonial en el catálogo ni a quitarlo del mismo, si es el caso.

La normativa gallega que ofrece más posibilidades para la protección de los jardines en el ámbito del medio ambiente; así, la Ley de conservación de la naturaleza de Galicia dispone de cuatro figuras en las cuales se pueden proteger los jardines históricos: “paisaje protegido”, “zona de especial protección de los valores naturales”, “espacio natural de interés local” y “espacio privado de interés natural”.

El paisaje protegido, que hasta la entrada de la ley de paisaje era la única categoría que no había recibido desarrollo legislativo, es la que reúne unas características más afines a la Carta de Florencia. Se define de la siguiente manera en el artículo 15:

Los paisajes protegidos son espacios que, por sus valores singulares, estéticos o culturales o bien por la relación armoniosa entre el hombre y el medio natural, sean merecedores de una protección especial. El régimen de protección de los paisajes protegidos estará dirigido expresamente a la conservación de las relaciones y procesos, tanto naturales como socioeconómicos, que han contribuido a su formación y hacen posible su mantenimiento.

Menciona expresamente la conservación de relaciones y procesos, característica principal que preserva su autenticidad y la vinculación inseparable de los elementos arquitectónicos con los elementos vegetales.

A continuación, la ley define la zona de especial protección de los valores naturales como el espacio que, por sus valores o interés natural, cultural, científico, educativo o paisajístico, sea necesario asegurar su conservación y no tengan otra protección específica. Esta figura nos ofrece una posibilidad de defensa para los espacios que carezcan de protección específica que, aunque en la práctica, ésta se limita a los valores naturales que puedan contener, al igual que los espacios naturales de interés local y los espacios privados de interés natural, se podría incluir un jardín histórico en función de las especies vegetales que contuviese.

El espacio natural de interés local y el espacio privado de interés natural implican la protección de espacios singulares naturales de ámbito público y privado, respectivamente.

Todas estas figuras exigen la aprobación de un plan de conservación cuyo contenido se asemeja al de un expediente de declaración BIC.

Debemos destacar la posibilidad que ofrece esta ley de incluir en el expediente de declaración una o varias áreas de amortiguamiento de impactos, un término que aunque se usa exclusivamente en materia medioambiental es muy apropiado si se aplica a la protección de paisajes culturales, entornos de elementos patrimoniales o jardines históricos.

Estas áreas, que se desarrollan en los Planes de Ordenación, se distribuyen entre las zonas de uso general y las de protección con el fin de reducir la presión en lugares de elevada fragilidad y para absorber la mayor parte de las actividades de carácter recreativo; idea similar a la que se plasma en la Carta de Florencia en su artículo 20, con un modelo de zonificación en las zonas contiguas a los jardines para dar cabida a la demandas sociales de ocio.

4. Elementos que conforman el itinerario turístico cultural

El simbolismo de Padrón y su autenticidad, viene dada tanto por sus monumentos como por

las tradiciones jacobeanas, no olvidemos que en ese lugar nació el culto al apóstol Santiago pues según la tradición, predicó en vida y tras su muerte volvió en una barca de piedra que atracó en Padrón; también es importante la relación de Padrón con dos escritores de importancia internacional: Rosalía de Castro y Camilo José Cela.

4.1. La villa de Padrón

Padrón es una ciudad histórica de pequeñas dimensiones (48,4 Km²) cuya población roza los 9.000 habitantes¹⁷. La villa de Padrón se dispone a lo largo del río Sar, una ciudad ribereña que desempeñó un importante papel en la vida comercial y de desplazamientos. La ciudad situada a orillas del río es un punto fortificado que vigila el paso del río. Además, Padrón conforma una encrucijada de varias vías de comunicación marítima y terrestre con carreteras o líneas de ferrocarril que ha favorecido al mercado.

El esquema urbanístico responde a una distribución espacial centrada en torno al río a la orilla del cual se ubicaba el puerto interior, los astilleros y la iglesia de Santiago y de donde partían las principales vías.

La ciudad se organiza en torno a una calle principal que atraviesa Padrón de norte a sur y donde desembocan la mayoría de las transversales. Se sitúa en una encrucijada de caminos cuya vía principal es el Camino de Santiago.

Quizá el lugar más emblemático sea el Paseo del Espolón, a orillas del río Sar, que fue construido a principios del siglo XIX sobre un arenal del río. En uno de sus extremos, el más cercano a la Iglesia de Santiago, podemos ver una estatua de Rosalía de Castro; desde allí podemos cruzar el puente (Puente del Carmen) para dirigirnos al convento del mismo nombre para poder divisar toda la villa de Padrón desde atrio que, debido a su altura con respecto a Padrón, se convierte en un magnífico mirador. Dicho convento está situado en la falda del monte San Gregorio en La Trabanca; su acceso se hace a través de unas escaleras labradas en roca hasta el atrio.

En el Puente del Carmen estaban las puertas de la Barca y de Santiago, antigua entrada Oeste a la villa, en 1846 debido al efecto de una fuerte inundación, el puente se derrumbó. En 1852 se construyó el nuevo puente de piedra sobre tres arcos de medio punto, tajamares y barandilla de sillería. En uno de los extremos se ubica la llamativa Fuente del Carmen, un poco más baja que el nivel de la calle. No se conoce la fecha de su construcción, fue levantada para conmemorar al Apóstol Santiago. En la actualidad, está restaurada. Es de piedra de sillería, su frente está formada por un gran arco en forma de capilla.

La protección patrimonial de Padrón se limita al Plan general de ordenación urbana que contiene un catálogo pormenorizado de los inmuebles del casco histórico, no goza de la categoría de bien de interés cultural como conjunto histórico.

La importancia turística de Padrón se enmarca en las actuales tendencias del turismo, que nos dirige hacia la búsqueda y disfrute del patrimonio cultural. Esta “moda” hace que las estancias en los lugares tradicionales de sol y playa se acortan a favor de visitas a monumentos, conjuntos históricos, museos patrimonio arquitectónico e inmaterial que se unen para convertirse en destino turístico.

Es un crecimiento del turismo cultural que convierte al patrimonio construido en pieza clave, pues pasa a convertirse en producto turístico. Los gestores del turismo, conscientes del potencial de atracción de su patrimonio histórico realizan acciones de promoción del mismo para convertirlo en producto turístico.

4.2. El jardín

El jardín de la Villa de Padrón está situado enfrente al casco histórico, en la entrada Norte. En la entrada, una gran avenida hace de distribuidora de todo el jardín, decorado en estilo siglo XIX. El exterior aparece rodeado de un muro de piedra y verja de hierro fundido de diseño ornamental, sustituyó al seto de boj existente en los demás lados.

Fue declarado como artístico en 1949 y, por lo tanto, en la actualidad es bien de interés cultural en la categoría de jardín histórico. En el decreto de declaración se describe una *jardín rodeado de una cerca de piedra coronada por verja de hierro. Su traza es variada, pudiera decirse insistemática pero precisamente en la promiscuidad de elementos de estilos diferentes se encierra su principal encanto y belleza*. Aunque sus límites físicos se mantienen mediante una muralla, no dispone de ámbito de protección de entorno, a su alrededor se han construido edificios de varias alturas que dañan la armonía del conjunto.

La construcción de la carretera Vigo-A Coruña a finales de los años 50 del siglo XX hizo que parte del jardín fuese sacrificado en 7 metros de ancho para poder alcanzar el trazado mínimo que exigía la carretera, en concreto, una hilera de grandes álamos. El jardín se divide en dos partes mediante una avenida que da origen a otras menores. Consta de cuatro zonas: alameda, parterre (el compartimento de mayor protagonismo), jardín del apóstol Santiago y zona de servicios.

El interés turístico del jardín, además del propio como lugar de relajación, meditación o paseo, está vinculado culturalmente a Camilo José Cela que decía que estaba *poblado de ánimas de poetas* y

a Rosalía de Castro que, según la tradición, iba todos los días a sentarse en un banco al pie de la secuoya que lleva su nombre y, en esta línea, puede ser promocionado.

4.3. Casa-Museo de Rosalía de Castro

Cuando Rosalía de Castro y su familia se quisieron instalar en Galicia, hacia 1882, alquilaron esta casa “La casa de La Matanza”, situada enfrente a la estación de ferrocarril, lo que facilitaba los desplazamientos de Manuel Murguía a Santiago o A Coruña. Allí permanecieron hasta la muerte de Rosalía, que fue cuando Manuel Murguía se trasladó a A Coruña, con sus hijos. La casa quedó vacía hasta que en 1946 es cedida al Patronato Rosalía de Castro, para la creación de un museo.

Tipológicamente responde al esquema de vivienda rural tradicional, de planta cuadrada, de piedra y con dos niveles. La Casa-museo es bien de interés cultural desde 1974. Su declaración se llevó a cabo a través del Decreto 2832/1974 de 30 de agosto, por el que se declara monumento histórico-artístico de carácter nacional. Es un conjunto ambiental formado por la casa, la huerta y el jardín. En la actualidad es bien de interés cultural en la categoría de monumento.

La delimitación está conformada por la carretera Padrón-Herbón. Desde la vía férrea, 100 m. a la izquierda está el cruce que conduce a la Casa. Frente a él se ubican naves industriales de fabricación de piel. La delimitación concluye con una pista que va desde la casa al núcleo de Luáns, hasta pasar la vía férrea.

Conocemos el número de visitantes que se acercan a la casa que, desafortunadamente, decrecen de año en año sin que parezca que ni la dirección de la Casa-Museo ni las administraciones hagan nada por remediarlo. El interés turístico de la casa, además de su función educativa y museística, posee un enorme valor simbólico, a través de la evocación a Rosalía. El mantenimiento de la autenticidad se convierte en primordial pues no se debe, de ninguna manera, variar el ambiente vital de un artista; en caso contrario, estaríamos falseando la realidad.

Además, de este lugar parte la “Ruta Rosaliana”, itinerario que recorre los lugares más importantes de la vida de Rosalía de Castro desde Santiago de Compostela, donde nació hasta Padrón, donde falleció.

4.4. Colegiata de Iria Flavia y Cementerio de Adina

Iria fue una mansión militar citada en el itinerario de Antonino Pio, es un importante núcleo

de comunicaciones, cruce de siete calzadas y otras vías, algunos tramos todavía existentes por detrás del cementerio de Adina.

Por Iria pasaba la calzada XIX que iba desde Braga a Lugo, y el tramo de la calzada XX “per loca marítima” construida por Vespasiano desde Caldas a Brigantia y Lugo, partía de Roma y daba la vuelta a todo el Imperio por la costa.

Fue sede episcopal desde los primeros momentos de la era cristiana hasta el siglo XI. Fue reconstruida en el siglo XVII por mandato del arzobispo Monroi. Al sur, se extiende el cementerio, Cementerio de Adina, donde hay muchos sarcófagos antropomorfos de piedra, enterramientos romanos y suevos con tapa de estola descubiertos al efectuar nuevas sepulturas. En toda su extensión, las lápidas están a ras de suelo. No tiene panteones y está rodeado de olivos. En el centro hay un cruceiro, podemos ver una placa señala el sitio donde estuvo enterrada la poetisa Rosalía de Castro y la tumba de Cela.

Enfrente, se ubica la Casa de los Canónigos, sede de la Fundación Camilo José Cela. Es un largo edificio construido en el siglo XVIII, formado por ocho casas adosadas. Una alberga el Museo de Arte Sacro, exposición de joyas, ornamentos, libros litúrgicos

El objetivo de la fundación es guardar los documentos personales y artísticos del autor y facilitar a los investigadores el acceso a la obra de Cela así como conservar su patrimonio cultural, humano y anecdótico. La Fundación conserva la valiosa biblioteca particular del académico, más de cuatro mil volúmenes. Tanto la iglesia como el cementerio fueron declarados monumentos histórico-artísticos en 1975 y, por lo tanto, son bienes de interés cultural en la categoría de monumento con la denominación de Ex-colegiata de Santa María de Iria Flavia con su entorno.

El interés turístico de este conjunto (Fundación, ex colegiata y cementerio), al igual que la Casa-museo de Rosalía, tiene una gran carga de identidad al poseer la función de importante foco cultural. En este punto se reúne el turismo de visita a monumentos con el académico al acudir asiduamente investigadores interesados en la vida y obra Camilo José Cela sin olvidar que la iglesia tiene culto por lo que es punto de referencia de la vida cotidiana.

4.5. Iglesia y Convento de Herbón

La iglesia y el convento se sitúan a pocos metros, siendo visibles el uno desde el otro. El Convento, franciscano, es del siglo XIV. Desde su huerta se divide una iglesia poco conocida: Santa María de Herbón, del siglo XIII. El esquema del templo se compone de una única nave y un ábside semicir-

cular. Al exterior, está rematada por espadaña de doble arco. Se sitúa en el margen derecha del río Ulla, en un lugar levemente elevado.

Está declarada monumento histórico-artístico desde 1982 y, por lo tanto, actualmente es bien de interés cultural en la categoría de monumento.

La fábrica conventual está formada por una iglesia de finales del siglo XVII orientada al sur y la fachada al norte, una sacristía y un edificio sobrio que combinaba residencia y enseñanza. El interés turístico de ambos inmuebles, además del monumental posee unas interesantes vistas pues se ubican en pleno entorno rural, además, el convento realiza funciones de albergue de peregrinos por lo que su trascendencia patrimonial, turística y cultural es de ámbito internacional.

El convento está preparado para un posible uso pues durante muchos años fue lugar de encuentro de seminaristas, lo que hace que disponga de cocina industrial, habitaciones acondicionadas, canchas de tenis, baloncesto y fútbol y una enorme piscina.

La función social sigue viva pues tanto la iglesia de Santa María como la iglesia del convento, tienen culto.

4.6. El Camino de Santiago Portugués

El Camino se corresponde, en su mayoría, con la vía romana XIX en el Itinerario de Antonino; prueba de ello es que todavía se conservan abundantes restos de miliarios y puentes por donde pasaba. Partía de la localidad portuguesa de Valença do Minho y entraba en Tui, siguiendo la ribera derecha del Miño hasta su confluencia con el Tea. De aquí toma la dirección norte siguiendo el valle de este último hasta Pazos de Borbén, siguiendo hacia Pontevedra, hasta Padrón.

El Itinerario de Antonino, del siglo III, es la fuente escrita que mayor información nos aporta sobre la red viaria romana. Compuesta de puentes y calzadas, fue utilizada para los desplazamientos de tropas y el transporte de mercancías. A lo largo de las vías que componen el itinerario había mansiones y estaciones de descanso, que fueron el origen de numerosas villas que han llegado hasta nuestros días.

El Camino Portugués se sucede a través de las siguientes poblaciones: Coimbra - Porto - Vilarinho - Barcelos - Ponte de Lima - Rubiaês - Valença do Minho - Tui - Porriño - Redondela - Pontevedra - Caldas de Reis - Padrón - Santiago de Compostela.

La creación de las vías contribuía a la gestión del territorio, facilitaba las comunicaciones y comunicaba las nuevas capitales que se estaban creando así como el desarrollo del área de influencia de las mismas. Fue, y sigue siendo, foco transmisor de corrientes e ideas, lugar de encuentro y eje vertebrador del territorio.

Vinculado al fenómeno jacobeo, en el casco histórico de Padrón se ubica el Pedrón, de enorme interés tradicional, cultural y turístico. Es una columna de piedra donde según la tradición fue amarrada la barca cuando traía el cuerpo del Apóstol. Está situado en la iglesia de Santiago de Padrón donde ocupa un espacio, inferior al nivel de la planta, debajo del altar mayor de la iglesia parroquial de Padrón.

El potencial turístico del Camino es evidente; contribuye al nacimiento de nuevos productos de turismo cultural a la vez que su ubicación mayoritaria en el medio rural promueve el respeto al medio ambiente y descubre interesantes paisajes culturales.

Implica acciones de recuperación patrimonial, concienciación ciudadana con la historia local, acciones educativas y nuevas vías de investigación que deben dar lugar a un inventario de recursos patrimoniales y turísticos, por lo tanto, y volviendo a la Carta Internacional sobre Turismo Cultural, *produce expectativas reales e información responsable en los visitantes potenciales*. Por otra parte, contribuyen a disminuir la presión sobre los destinos tradicionales. Es, sin lugar a dudas, el elemento turístico y cultural más interesante de Padrón por su amplio significado tanto representativo, como evocador o sugestivo.

La Carta Internacional sobre Turismo Cultural considera al patrimonio natural y cultural como *máximos atractivos del Turismo* por su capacidad para captar los aspectos económicos del patrimonio y aprovecharlos con fines de conservación, educación y fomento de oportunidades para la comunidad local que lo gestione.

Conclusiones

La conclusión de este texto parece obvia, podemos “jugar” con las declaraciones patrimoniales y convertirlas en productos turísticos; podemos utilizar los recursos que nos ofrece el territorio para mostrar nuevas experiencias tanto a visitantes como a población local, generando flujos turísticos que contribuyan a la mejora económica del lugar y a nuevos usos de los edificios históricos.

El punto de partida se debe hacer a través del trabajo común entre los gestores del patrimonio, los gestores del turismo y los servicios de información turística. Actualmente, falta cooperación y coordinación, siendo este el principal punto que debe ser asumido y superado para que itinerarios como el propuesto se hagan realidad; en caso contrario, un visitante que llegue a Padrón no sabrá que tiene a su alrededor una gran cantidad de lugares únicos para visitar.

Dicha cooperación, además de ser básica a la hora del diseño del itinerario, fomenta la promoción como destino de calidad y genera un producto turístico único con entidad cultural y en el cual se puede ver reflejada la población local. También ayudará a fortalecer la imagen de Padrón a través de la ubicación geográfica del destino asociada a unos recursos turísticos específicos y hará que la experiencia turística sea más completa y satisfactoria.

Otra cuestión que debe ser resuelta para que este itinerario turístico-cultural funcione es la implantación de una señalización común, importante para definir programas integrales de movilidad que prevengan una posible sobrecarga turística y faciliten la gestión y ordenación del flujo de visitantes pero también para que cualquier persona que visite Padrón pueda recorrer todo el itinerario por sí misma, sin necesidad de la ayuda de un guía turístico; en todo caso, requerirá un estudio previo de las infraestructuras viarias y debe incluir a los establecimientos turísticos. Las investigaciones sobre este punto deben estar presentes en todos los diseños en los que se impliquen elementos patrimoniales.

Por último, un itinerario de estas características también debe expresarse a través de la creación de un centro de interpretación cuyo eje central debe ser el fenómeno jacobeo y que servirá también como centro de recepción y distribución de flujos de visitantes, como punto estratégico de información turística, tanto de Padrón como de otros destinos cercanos y como observatorio turístico a través del cual se elaboren encuestas, paliando las posibles carencias del actual conteo de visitantes.

El resultado será la creación de un producto turístico continuo en el tiempo que contribuye a paliar la estacionalidad y crea empleo estable.

Agradecimientos

Mi más sincero agradecimiento a D. Alberto Rey Castro, técnico de turismo de Padrón, por la información facilitada, su amabilidad y su disponibilidad.

Bibliografía

- Alonso Ibáñez, M.R. (coord.)
Los catálogos urbanísticos. Aspectos jurídicos, metodológicos y de gestión. Oviedo: Universidad, 2004.
- Álvarez Álvarez, J.L
 2004 *Estudios jurídicos sobre el patrimonio cultural de España*. Madrid: Marcial Pons. Ediciones jurídicas y sociales.

- Angueira, A.
2009 *Terra de Iria*. Vigo: A Nosa Terra
- Arias, J.
1998 *Viajeros por Galicia*. Sada: Edicións do Castro
- Baliñas Bueno, J.R.
Padrón. Iria Flavia. Disponible en www.bubok.es/libros/4578/PADRON-IRIA-FLAVIA. Consulta [27/07/2011].
- Bensuán Martínez, M.P.
1996 *La protección urbanística de los bienes inmuebles históricos*. Granada: Editorial Comares, 1996.
- Blázquez, A.
Nuevo estudio sobre el Itinerario de Antonino” en *Biblioteca virtual Miguel de Cervantes*. Disponible en www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/hist/12593283118030414198624/p0000001.htm [Consulta: 22/02/2013]
- Brandi, C.
1972 *Carta del Restauro*. Ministerio della Pubblica Istruzione: Italia
- Casa, C. de la (dir.)
2003 *Jardines históricos*. Soria: Universidad internacional Alfonso VIII.
- Castillo Ruiz, J.
1997 *El entorno de los bienes inmuebles de interés cultural*. Granada: Universidad, 1997.
- Consejo de Europa
2000 *Convenio europeo del paisaje*. Florencia.
- “Decreto de 11 de enero de 1949 por el que se declara artístico el Jardín de la villa de Padrón (La Coruña)”. *Boletín Oficial del Estado*, 28 de enero de 1946, nº 28.
- “Decreto 3832/1974 de 30 de agosto, por el que se declara monumento histórico-artístico de carácter nacional la casa-museo de Rosalía de Castro, Padrón (La Coruña)”. *Boletín Oficial del Estado*, 7 de octubre de 1947, nº 240.
- “Decreto 2494/1975 de 23 de agosto, por el que se declara monumento histórico-artístico de carácter nacional la ex-Colegiata de Santa María de Iria Flavia, con su entorno, en Padrón (La Coruña)”. *Boletín Oficial del Estado*, 23 de octubre de 1975, nº 254.
- González-Varas, I.
2000 *Conservación de bienes culturales. Teoría, historia, principios y normas*. Madrid: Manuales de arte Cátedra.
- ICOMOS
1964 *Carta internacional sobre la conservación y la restauración de monumentos y de conjuntos histórico-artísticos (Carta de Venecia)*. Venecia.
- 1982 *Carta de Florencia (Jardines históricos)*. Florencia.
- 1994 *Documento de Nara sobre la Autenticidad*. Japón.
- 1999 *Carta internacional sobre turismo cultural*. México.
- “Ley 16/1985 de 25 de junio, de patrimonio histórico español”. *Boletín Oficial del Estado*, 29 de junio de 1985, nº 155, P. 20342; corrección de errores, *Boletín Oficial del Estado*, 11 de diciembre de 1985, nº 296.
- “Ley 8/1995 de 30 de octubre, del patrimonio cultural de Galicia”. *Diario Oficial de Galicia*, 8 de noviembre de 1995, nº 214; *Boletín Oficial del Estado*, 1 de diciembre de 1995, nº 287.
- “Ley 9/2001 de 21 de agosto, de conservación de la naturaleza”. *Diario Oficial de Galicia*, 4 de septiembre de 2001, nº 171.
- “Ley 7/2008 de 7 de julio, de protección del paisaje de Galicia”. *Diario Oficial de Galicia*, 18 de julio de 2008, nº 139.
- “Ley 14/2008 de 3 de diciembre, de Turismo de Galicia”. *Diario Oficial de Galicia* 19 de diciembre de 2008, nº 246
- Llano, P. del
2006 *Arquitectura popular en Galicia. Razón e construcción*. A Coruña: Edicións Xerais de Galicia, Fundación Caixa Galicia.
- López Gómez, J. F. y Cifuentes Vélez, E.
2009 “Lugares de nuestro pasado común: la definición del interés patrimonial del territorio” en Castillo Ruiz, J. et al. (ed.): *Patrimonio histórico y desarrollo territorial*. Málaga: Gisa editorial, 2009. Sevilla: Universidad internacional de Andalucía, pp. 138-164
- Lores Rosal, C.
El Camino Portugués a Santiago. Un itinerario histórico. Disponible en <http://www.infomed.es/cxregion/revista11/evasion.pdf> [Consulta: 3/03/2009]
- Lynch, K
2008 *La imagen de la ciudad*. Gustavo Gili. Barcelona.
- Martínez Justicia, M.J.
1996 *Antología de textos sobre restauración*. Jaén: Universidad.
- Pierre George
1974 *Geografía urbana*. Barcelona: Ariel.
- “Real Decreto 3266/1977 de 11 de noviembre, por el que se declara paraje pintoresco el entorno en el que se integran la casa de Rosalía de Castro, la Colegiata de Iria Flavia con el cementerio de Adina y el jardín de la Villa de Padrón”. *Boletín Oficial del Estado* nº303 de 20 de diciembre de 1977.
- Rey Lama, G.
1999 *Vinte quilómetros ó sur de Santiago. A casa-museo de Rosalía*. Padrón: Fundación Rosalía de Castro.

Rodríguez Dacal, C.

1998 *El jardín botánico-artístico de Padrón. Modelo de Galicia*. Padrón: Ayuntamiento y A Coruña: Diputación.

Rodríguez Carbia, E.

2002 *Os monumentos e a etnografía de Padrón a través da historia*. Padrón: Ed. Padrón.

2002 *Os rúeiro histórico de Padrón*. Padrón: Concello.

VV.AA.

1996 *II jornadas de geografía urbana*. Alicante: Universidad.

www.concellodepadron.es

www.fundacioncela.com

www.rosaliadecastro.org

www.turgalicia.es

www.turismo.xunta.es

Yunis Ahués, E.

2009 "Consideraciones sobre las relaciones entre identidad y turismo en las sociedades del siglo XXI" en *Turismo e identidade. Foro do instituto de estudos das identidades*. Santiago de Compostela: Museo do Pobo Galego, pp. 13-21.

¹¹ Principio 2.3 de la Carta

¹² Giovannoni encabezó la delegación italiana presente en la Conferencia internacional de Atenas, a partir de la cual se redactó la Carta de Atenas (1931), primer documento internacional que presenta unos principios y unas normas generales para la conservación y restauración de monumentos.

¹³ Artículo 36 de la *Guía operativa para la implementación de la Convención del Patrimonio Mundial*, Comité del Patrimonio Mundial, 1998

¹⁴ Definición de "patrimonio cultural" según la 3ª Conferencia Europea de Ministros responsables del Patrimonio Cultural. Malta, 1992.

¹⁵ País Vasco y Castilla-La Mancha (1990), Andalucía (1991) y Cataluña (1993).

¹⁶ El artículo 39 de la Guía operativa establece las siguientes categorías de paisajes culturales: paisajes diseñados, paisajes evolutivos, paisajes evolutivos fósiles, paisajes evolutivos continuos y paisajes asociativos.

¹⁷ Instituto Galego de Estatística. Datos de diciembre 2012.

Notas

¹ Principio 2.2 de la Carta Internacional Sobre Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo. ICOMOS, 1999

² Real Decreto 3266/1977 de 11 de noviembre, por el que se declara paraje pintoresco el entorno en el que se integran la casa de Rosalía de Castro, la Colegiata de Iria Flavia con el cementerio de Adina y el jardín de la Villa de Padrón. *Boletín Oficial del Estado*, 20 de diciembre de 1977

³ Se denomina Año Santo Jacobeo al año en que el 25 de julio, festividad de Santiago Apóstol, cae en domingo. Esto sucede con una cadencia regular de 6-5-6-11 años.

⁴ La Voz de Galicia, 31/12/2010

⁵ Datos facilitados por la Oficina Municipal de Turismo de Betanzos

⁶ Instituto Galego de Estatística. Datos de diciembre 2012.

⁷ Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, *Boletín Oficial del Estado*, núm. 155 de 29 de junio de 1985.

⁸ Ley 8/1995, de 30 de octubre, del Patrimonio Cultural de Galicia, *Boletín Oficial del Estado*, núm. 287 de 1 de diciembre de 1995.

⁹ Artículo 3.a de la ley 7/2008, de 7 de julio, de protección del paisaje de Galicia. *Boletín Oficial del Estado* núm. 201 de 20 de agosto de 2008

¹⁰ Artículo 15 de la ley 9/2001, de 21 de agosto, de Conservación de la Naturaleza. *Boletín Oficial del Estado* núm. 230 de 25 de septiembre de 2001

Recibido: 10/04/2013

Reenviado: 06/11/2013

Aceptado: 29/11/2013

Sometido a evaluación por pares anónimos

Nota de investigación

Turismo, identidad y espacio público en Puerto Vallarta, México. Apuntes sobre tres intervenciones recientes

José Alfonso Baños Francia*

Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta (México)

Resumen: Puerto Vallarta es un destino turístico en México caracterizado por su imagen de poblado tradicional en la playa. Recientemente se ha experimentado un descenso en el número de visitantes y una estrategia de reposicionamiento consistió en regenerar espacios públicos emblemáticos para ofertarlos como productos renovados. En la participación se exponen tres intervenciones significativas (Malecón, Muelle y Pasarela) inserciones que se alejan del concepto tradicional de identidad arquitectónica y vivencia pública del espacio, recurriendo a la tematización y montaje escenográfico, modelando paisajes homogéneos destinados a cumplir con los imaginarios y deseos de los turistas contemporáneos.

Palabras clave: identidad, espacio público, territorio-tema, Puerto Vallarta.

Tourism, identity and public space in Puerto Vallarta, Mexico. Notes in three recent interventions

Abstract: Puerto Vallarta is a well-known tourist destination in Mexico, characterized by its traditional village on the beach image. Recently there has been a decrease in the number of tourists and a repositioning strategy consisted of regenerate emblematic public spaces to offer them as renewed products. The paper discuss three significant interventions (Malecón, dock and footbridge) new spaces that transform the traditional concept of architectural identity and public experience, as park themes and scenography mounting modeling homogeneous landscapes to address the imaginaries and desires of contemporary tourists.

Keywords: identity, public space, theme territory, Puerto Vallarta.

1. Introducción

El turismo constituye una actividad significativa en el mundo global y es un poderoso imaginario lúdico de la sociedad contemporánea. En México su importancia es estratégica; en 2012, arribaron más de 23 millones de visitantes extranjeros los que aunado al desplazamiento de connacionales contribuyeron en la economía doméstica al generar una derrama superior a los doce mil millones de dólares norteamericanos, aportar con el 8 por ciento del Producto Interno Bruto,

albergar más de 1.8 millones de empleos y favorecer el desarrollo en ciertas regiones del país (OMT, 2013; SECTUR, 2011).

Sin embargo, la marca turística mexicana se ha visto afectada por una espiral de violencia vinculada al crimen organizado que repuntó particularmente en el sexenio 2006 y 2012 bajo la administración de Felipe Calderón. Una forma de abordar esta problemática ha sido facilitar la experiencia del turista, recurriendo, entre otras acciones, a la simplificación del territorio con el

* Doctor en Ciudad, Territorio y Sustentabilidad, CUAAD, Universidad de Guadalajara. Profesor investigador en el Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta. E-mail: cyberponx@yahoo.com. E-mail: jose.banos@tecvallarta.edu.mx

ánimo de configurar paisajes estandarizados y genéricos que aseguren la representación del ocio. Además, para contribuir a reforzar una percepción de tranquilidad en la geografía turística se recurre al montaje escenográfico para modelar paisajes de ficción en los destinos de playa del país.

En Puerto Vallarta, la identidad arquitectónica original se configuró gracias a la tradición constructiva de poblados serranos circunvecinos, cuya tipología pervivió durante más de un siglo (Baños, 2012). Las características de “pueblito” mexicano constituyeron la principal ventaja competitiva, sin embargo, con la maduración del destino comenzó un paulatino deterioro en su imagen debido a la inserción de edificios ajenos al lenguaje arquitectónico tradicional vallartense.

La pugna entre modernidad, tradición e identidad siempre estuvo presente en el desarrollo local aunque preveía el interés por mostrar el estereotipo arquitectónico de la autenticidad “mexicana”. Irónicamente, ante la reciente caída en el número de visitantes, las políticas turísticas apostaron por la rehabilitación de espacios públicos emblemáticos para ofertarlos como productos renovados pero con un enfoque que no consideró los elementos originales del lugar ni sus expresiones.

El objetivo de este trabajo es exponer tres intervenciones recientes llevadas a cabo en Puerto Vallarta, en particular en el Malecón, Muelle y Pasarela, obras que reconfiguran el concepto tradicional de identidad y ofrecen otra vivencia del espacio público. Esta nueva lectura se inscribe en las tendencias globales por simular espacios que generen paisajes homogéneos y aseguren el cumplimiento de los imaginarios de los turistas contemporáneos.

El método aborda conceptos vinculados a la actividad turística y su impronta en el territorio y el espacio urbano, donde prevalece la tematización, montaje escenográfico y simulacro arquitectónico, reinterpretando la identidad vallartense y las prácticas cotidianas de residentes y turistas.

2. Tematización, escenografía y espacio público en el territorio turístico

El territorio tiene profundas implicaciones en el turismo y el entorno espacial es fundamental para la construcción imaginada de la experiencia recreativa. Esta cualidad se ha venido diluyendo en las últimas tres décadas debido a una tendencia en la gestión turística que busca simplificar los lugares y su vivencia a través de la ‘cosificación’ del espacio para el consumo masivo (Greenwood, 2006).

En la vorágine del turismo actual, cada destino debe configurarse como una marca que se distinga,

caracterice y distinga de otras opciones recreativas hasta convertirse en el objeto de deseo, buscando generar imágenes que se retengan instantáneamente en la memoria colectiva favoreciendo su comercialización. Para alcanzar a estos objetivos se han establecido dos estrategias: la primera es la *museificación*, apostando por la inserción de equipamientos culturales que detonen la actividad turística, teniendo en el “efecto Bilbao” el paradigma mejor logrado (Ockman, 2006); y la segunda es la *tematización*, simplificando el paisaje (Muñoz, 2009) para convertirlo en una etiqueta identificable sin dificultad (Montaner y Muxí, 2011) como sucede en Las Vegas. En ambos casos se pretende esquematizar la identidad y las expresiones socio-culturales de los habitantes recurriendo a la homogeneización del paisaje en fragmentos acotados que faciliten el consumo masivo gracias al talento de arquitectos y diseñadores de renombre internacional (Koolhaas, 2006).

Con ello, el espacio turístico se modela para la experiencia efímera y el cumplimiento de los imaginarios de los turistas (Méndez, 2008) a partir de un montaje escenográfico donde la vivencia lúdica se desenvuelve en dos esferas claramente diferenciadas: el escenario, como ensamble para la representación del ocio, y la tramoya, donde el decorado turístico se diluye, en lo que Goffman denomina *front y back* (1979: 123). Con esto, las expresiones arquitectónicas en el espacio del turismo se proyectan para cumplir con la función de ser visitados, con vistas y marcadores generados a través de recorridos turísticos entre geografías de simulación y paisajes artificiales (Rodríguez, 2010).

En cuanto al espacio público, el concepto incluye tres acepciones: i) como escenario de y para las relaciones públicas visible y donde se desenvuelve lo ‘urbano’; ii) como un espacio de titularidad pública administrado por el Estado y accesible de manera universal; y, iii) desde una noción de filosofía política, como la esfera para la coexistencia pacífica de lo heterogéneo (Delgado, 2013). Con la globalización, se reconfigura la noción de lo ‘público’ particularmente desde la primera definición, donde el espacio tangible se dispersa en la dimensión geográfica y se adentra en la tesitura de lo virtual con localizaciones remotas y de localización variable mientras que el tiempo se acelera con flujos de información, personas y mercancías modificándose la percepción de la distancia para expandirse casi infinitamente.

Esta transformación de la noción pública del espacio encuentra en la ciudad del turismo una de sus manifestaciones más evidentes, donde se refuerza la tendencia por privatizar la experiencia urbana, reduciéndose el lugar físico de concurrencia pública, la libertad formal e igualdad de derechos.

3. Componentes de la arquitectura en Puerto Vallarta

En Puerto Vallarta la fisonomía arquitectónica original se deriva de la tipología serrana, dado que los primeros habitantes provenían de poblados cercanos, como San Sebastián del Oeste, Mascota y Talpa de Allende, trasladando con naturalidad dicha tradición constructiva. Esto le confería al poblado un aire de rústica simplicidad, con calles empedradas, muros encalados, y cubiertas con teja de barro, adaptándose a las rugosidades topográficas y predominando tres colores: gris en empedrados, blanco para muros y rojo en cubiertas. Además, la traza urbana se estructuró con una cuadrícula perpendicular, aplicando tanto en zonas planas como montuosas, por lo que las calles ‘suben y bajan’ de acuerdo con los accidentes del terreno (Baños, 2010).

Estas características originales se dieron de manera natural y armónica, conservándose sin alteraciones por más de un siglo, consolidando la imagen de “pueblito típico” mexicano, elemento que constituyó el principal atractivo para la comercialización de la imagen turística en Puerto Vallarta. Dicha particularidad es poco frecuente ya que la arquitectura se forjó con una identidad serrana pero implantada en un poblado costero y de clima tropical.

Con la adopción del turismo y la gradual transformación de la vocación económica se presentó una ruptura en la fisonomía serrana tradicional incorporándose el estilo ‘funcionalista’ como el medio de expresión de la modernidad vallartense a finales de 1940. Los primeros hoteles formales (Rosita, Paraíso y Chulavista) se edificaron con este lenguaje austero y eficiente para adaptarse a las necesidades del turismo, en donde la geometría se modificó al emplearse balcones y amplios ventanales horizontales, destacando la simplicidad de líneas y empleando tecnologías constructivas novedosas como el concreto y otros materiales. Esta modalidad de expresión coincidió en otros destinos turísticos nacionales como Mazatlán y Acapulco, donde se adoptaron soluciones similares (Baños, 2013).

Pero el funcionalismo no sería el único medio de transformación arquitectónica; con la aportación de Fernando Romero¹, se inaugura un nuevo estilo, el ‘Vallarta’, reformulándose los valores constructivos tradicionales, involucrando expresiones modernas pero ancladas en la tradición e identidad vallartense (Arel, 2013). La suma de estas dos fuentes representó la materialización espacial de una sociedad local que había evolucionado y que se adaptaba a nuevos usos, materiales, técnicas e imaginarios.

Con el devenir temporal, tanto el funcionalismo como el estilo Vallarta se consolidaron como tipologías propias cuya presencia forma parte del patrimonio arquitectónico de la localidad, a pesar de que en la publicidad turística no aparezcan como manifestaciones propiamente vallartenses. Pero, su aportación y valor de los edificios emblemáticos le confieren una importancia relevante en el tejido urbano local.

En los últimos años, la arquitectura se adaptó a los apetitos del mercado inmobiliario enfocado a la edificación de masivos conjuntos habitacionales significando una transformación en el modelo turístico basado tradicionalmente en la oferta hotelera. La expresión formal responde más a una lógica económica que estética donde los edificios se proyectan con el objetivo de asegurar la rentabilidad económica de los inversionistas y no como una aportación a la belleza y al tejido arquitectónico local. Las herramientas empleadas para asegurar esta eficiencia suponen la violación a la normatividad urbana, edificación en gran altura y alteración del medio ambiente natural.

El proceso de homogenización del paisaje construido ha contado con la participación de firmas de arquitectos reconocidos como parte de una estrategia de mercadotecnia turística². Así, diversos desarrollos aterrizan en la geografía vallartense con resultados mixtos, destacando la falta de adecuación a la realidad local, al paisaje y medio ambiente resultando en proyectos emblemáticos que no se adaptan al contexto propio.

De esta manera, en la arquitectura contemporánea en Puerto Vallarta parece ignorarse el sentido tradicional del lugar que se vino conformando a lo largo de los años, soslayando la tradición con la inserción de objetos construidos que siguen la lógica del mercado global antes que la identidad y valores que le dieron origen.

4. Tres intervenciones urbanas recientes

En los últimos años, Puerto Vallarta ha venido perdiendo atractivo como destino turístico tras el agotamiento de su ciclo de vida, siendo desplazado por otras opciones en la oferta de ‘sol y playa’. Ante ello, el Estado mexicano y los promotores turísticos apostaron por la regeneración de espacios públicos emblemáticos para relanzar la marca turística ‘Puerto Vallarta’.

Las soluciones formales y enfoque de los creadores responde a las tendencias de la arquitectura mundial por simular el espacio, donde la noción pública se expresa en manifestaciones con tintes globales, insertando fragmentos de paisaje contenidos en artefactos comunes, de lectura homogénea

y escaso compromiso con el lugar. Esta decisión diluyó la posibilidad de revalorizar la identidad arquitectónica vallartense en el presente y enriquecer la cultura local.

En las tres intervenciones destaca el papel protagónico de la mercadotecnia turística en el ensamblaje de los nuevos objetos construidos relegando las vivencias y aspiraciones de los residentes, quienes no fueron considerados para la implementación de dichas políticas turísticas, decididas en la esfera gubernamental, bajo el argumento del beneficio social de las obras y destinando fondos millonarios para su ejecución. Con esto, se reforzó la percepción ciudadana de despojo en la vivencia cotidiana del espacio urbano, con acciones de beneficio para los “turistas” en detrimento de la población local.

5. La renovación del Malecón

El Malecón es un andador localizado en el litoral en el Centro Tradicional de Puerto Vallarta con una extensión aproximada de un kilómetro. Su construcción comenzó tras el ciclón que en octubre de 1925 arrasó gran parte del antiguo poblado (Munguía, 1997); por su presencia y ubicación, se convirtió en el espacio público más significativo para los residentes locales y en uno de los atractivos turísticos del destino.

Con el devenir temporal, el Malecón se extendió en dimensión, uso y expresión. A partir de la masificación del turismo y su peso en la economía local, los edificios aledaños dieron paso a la instalación de numerosas ofertas comerciales y de entretenimiento (Córdoba y Díaz, 2008) como tiendas, comercios y variada oferta gastronómica³.

En 2011 el gobierno local, con el apoyo de la administración federal y estatal, promovió la rehabilitación del Malecón con el objetivo de regenerar este pasaje urbano. Para ello, se buscó peatonalizar y favorecer el comercio público de restaurantes, bares y terrazas. La propuesta consistió en una magna intervención cuyas principales acciones fueron cerrar el tráfico vehicular, reforzar el muro de contención en la playa, modificar el pavimento, transformar la forma del paseo, incluir una ciclo vía, colocar arbolado, adecuar el mobiliario urbano y mejorar la iluminación. Las obras iniciaron en mayo de ese año, a pesar del rechazo de un sector de la población ante la premura de la intervención y anticipando los impactos económicos que supondría su construcción (Baños y Nolasco, 2012).

La expresión arquitectónica empleada en el “nuevo” Malecón se adecúa en la tendencia contemporánea de intervención en el espacio público, fusionando el nivel de la banqueta con el del paseo marítimo y modificando la traza original rectilínea

por una ondulada y con rampas para acceder al litoral (figura 1). Una crítica recurrente fue el fiel parecido al Paseo de la Playa de Poniente de Benidorm (España) proyectada por los arquitectos Carles Ferrater i Lambarri y Xavier Martí Galí entre 2005 y 2009.

El deseo por contar con un Malecón digno, de “clase mundial” se tradujo en un proyecto que homogeniza el paisaje local con las tendencias globales en la arquitectura. Una debilidad importante radica en la deficiente ejecución de la obra donde la iluminación artificial es escasa, el mobiliario se ha deteriorado rápidamente, la vegetación es excesiva y la inadecuada colocación de las esculturas genera un espacio desarticulado y carente de identidad local. Al respecto, los vallartenses le adjudicaron el apodo del “Mal-hechón” en alusión a la mala calidad del proyecto y de la obra concluida. A pesar de ello, el proyecto se hizo acreedor al premio como la mejor intervención en espacio público en la XII Bial de Arquitectura Mexicana 2012 auspiciada por la FCARM (Federación de Arquitectos de la República Mexicana).

La decisión de insertar un “nuevo” Malecón se tomó como una acción gubernamental sectorial, sin considerar otras problemáticas más urgentes en la zona como la gestión del transporte urbano, el abandono del uso habitacional, la excesiva oferta de bares y discotecas, el tráfico de drogas, la carencia de equipamientos culturales, estacionamientos o de requerimientos sanitarios como baños públicos.

Con el paso del tiempo, se ha reforzado la percepción de que la intervención del “nuevo” Malecón no era necesaria y que el espacio público sufrió una transformación radical disminuyendo su atractivo y uso cotidiano por los vallartenses. Curiosamente, la opinión de los turistas, recabada mediante el análisis de sitios de redes sociales, es favorable con la renovación del lugar, a pesar del sentimiento local de que los resultados alcanzados distan mucho del discurso oficial y que la zona no vive la época de gloria que alguna vez llegó a tener.

6. La Pasarela

La isla de los Niños se localiza en el Centro Tradicional de Puerto Vallarta; su formación se debe a la apertura en dos cauces del río Cuale, icono relevante del imaginario social de los vallartenses (Olivera, 2012). En la margen norte del río se localiza el barrio de Gringo Gulch que albergan las fincas más representativas de la arquitectura Vallarta y que congrega a una importante comunidad de extranjeros, particularmente norteamericanos. Con el ánimo de generar un circuito turístico, se promovió la construcción de un puente/pasarela para conectar la isla de los Niños con Gringo Gulch,

porciones desconectadas debido a la topografía de la zona (figura 2).

Para ello se contrató, sin mediar concurso público, los servicios profesionales de arquitectos de Guadalajara cuyo proyectista principal es hermano del entonces director de Turismo en el municipio. Sin que el nepotismo sea un impedimento para la generación de propuestas arquitectónicas, en este caso se insertó un elegante elemento forjado en acero estructural pintado de blanco que recuerda las aportaciones de Santiago Calatrava e incorporando materiales tradicionales como el piso de mosaico de pasta y concreto.

La Pasarela se integra con el contexto de la isla y refuerza el carácter de su silueta, que rompe con la identidad tradicional pero que aporta al tejido urbano con su sutil inserción. Una aportación radica en la perspectiva que se tiene del paisaje natural y edificado en esta porción de la geografía vallartense, disfrutando de vistas significativas y que paulatinamente se ha consolidado como una centralidad que reúne a visitantes y vallartenses en torno suyo.

7. El Muelle

Localizado en la popular Playa de los Muertos, el Muelle sirvió como punto de atraque para embarcaciones de pequeño calado y como sitio para la pesca tradicional de los pobladores locales; la versión original se construyó con pilotes de concreto y tabloneros de madera en el piso (figura 3). En la década de 1980, se sustituyó la estructura existente por otra de concreto armado, misma que funcionó hasta el año 2011. La inserción del nuevo Muelle estuvo precedida por la reconversión de esta porción turística de Puerto Vallarta, también conocida como la 'Zona Romántica', que durante varios años ha albergado y promovido el turismo homosexual (gay), rosa y alternativo. Ello ha generado una nueva vitalidad que se observa en el número de restaurantes, cafeterías, centros de espectáculo y hasta un mercado de productos orgánicos que se instala cada sábado.

Alentados por esta dinámica, las autoridades y gestores del turismo promovieron la construcción de un nuevo Muelle que se erigiera en un nuevo ícono de la zona y la ciudad. En una primera etapa se procedió a dismantelar y demoler el viejo muelle; posteriormente se colocaron los pilotes de concreto dentro del lecho marino.

El autor del proyecto fue seleccionado por la Secretaría de Turismo de Jalisco (SETURJAL) sin que se sometiera a un concurso arquitectónico ni consideraran otras alternativas. A primera vista, destacan las líneas suaves de la pasarela así como el perfil de la cubierta metálica que, a manera

de vela envuelve el espacio interior y donde una estructura de acero sostiene la plaza de encuentro en forma circular así como el embarcadero (figura 4). Además, se incorpora un andador peatonal, plazoleta de ingreso, pasarela, mirador circular y embarcadero con capacidad para siete diferentes embarcaciones de diversos tamaños.

Dentro de los aspectos positivos del nuevo Muelle destaca la regeneración de esta porción urbana así como la dotación de un nuevo espacio de encuentro que incluye miradores y zonas de atraque de embarcaciones. Lo cuestionable es el retraso en su proceso de construcción, el costo final de las obras⁴, la adopción de una tipología arquitectónica con formas ajenas a la identidad arquitectónica local, el uso de luminarias de colores pero sobre todo, que la solución proyectual eliminó el uso del espacio con actividades significativas como la pesca popular, los clavados a mar abierto y su utilización a cualquier hora del día, toda vez que una vez inaugurado el nuevo Muelle se prohibieron dichas acciones, llegando al punto de impedir el acceso público de las 11 de la noche hasta las 7 de la mañana.

Con decisiones de esta naturaleza se asiste a la privatización de la noción pública de los artefactos construidos en el espacio turístico de Puerto Vallarta.

8. Consideraciones finales

El turismo y sus prácticas se desarrollan sobre el territorio y la interacción entre ambos es complementaria y esencial; para ello, el entorno se delimita con objetos arquitectónicos que se insertan en el espacio urbano como montajes escenográficos para cristalizar los imaginarios de los viajeros. Debido a la intensa competencia entre ciudades turísticas en la esfera mundial y con el ánimo de volverse cada vez más competitivos, los destinos recurren a dos tendencias para atraer segmentos más abundantes de turistas: la *museificación* y *simplificación* del espacio. En ambas situaciones, la cultura local es desplazada y se reconfigura para dar paso a las adecuaciones que el negocio recreativo demanda.

En este sentido, se requiere que los edificios y obras de arquitectura se transformen en referentes fácilmente identificables, en objetos cuya marca en el paisaje se tornen en logotipo como el de cualquier producto comercial pero a la vez, en íconos cargados de sentido cultural para ser usados por los contingentes de turistas. Así, en el espacio turístico se fortalecen los emblemas que conviertan el paisaje singular en geografías homogéneas y genéricas.

En el caso de Puerto Vallarta, ciudad turística consolidada en el Pacífico mexicano, la identidad arquitectónica de poblado serrano fue una de las principales ventajas competitivas en el mercado tu-

rístico de México al ofertarse como el único destino de playa auténticamente 'mexicano'. Esta particularidad le confirió una fortaleza que fue bien capitalizada en su ciclo de vida inicial atrayendo a segmentos exclusivos de turistas pero que con el tiempo perdió paulatinamente su encanto debido a la modificación de la tipología edilicia tradicional. Así, se desaprovechó un recurso cultural significativo para diluirse entre otras tantas opciones recreativas en el litoral.

Esta pérdida de competitividad en el mercado turístico global alentó la instrumentación de una estrategia de reposicionamiento enfocada a regenerar tres espacios públicos emblemáticos: el Malecón, Pasarela y Muelle. En los tres sitios, se recurrió a la utilización de un lenguaje arquitectónico ajeno al tradicional y cuyas manifestaciones no consideran los postulados de la identidad local y por el contrario, la renovación espacial se ajusta a los postulados globales de articulación espacial con propuestas similares a las de cualquier ciudad del planeta. Así, se ausenta el valor de los lugares únicos y excepcionales desaprovechando las cualidades intangibles de los entornos turísticos.

Con estas acciones se reformula el concepto y uso del espacio público, perdiendo su valor como sitio de alteridad social para convertirse en una esfera privatizada, simulada y sin riesgos ni peligros. Con ello, también se pone a discusión la nueva percepción de identidad local, alejada de los principios esenciales que le dieron sentido.

A su vez, se fortalece el sentido de despojo de los lugares públicos a los residentes locales, quienes no participan en el diseño ni implementación de las políticas turísticas enfocadas a transformar las porciones emblemáticas del destino, cuya decisión radica en las voluntades de funcionarios alejados de la realidad cotidiana. De esta manera, gravita la necesidad de ponderar la interacción entre actividad turística, identidad local y uso del espacio público en los destinos turísticos de playa de México y en particular en Puerto Vallarta.

Bibliografía

Arel, Marie France

2013 "Espacio, forma y técnica del estilo arquitectónico Vallarta. De sus antecedentes a la propuesta de Fernando Romero Escalante". Tesis de licenciatura en arquitectura. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.

Baños, Alfonso.

2013 "Lugares y flujos en la modelación del escenario turístico globalizado. Acercamiento al caso de Puerto Vallarta, México". En Méndez, Eloy y Enríquez, Jesús (Eds.) Turismo e imaginarios. Hermosillo: El Colegio de Sonora (en prensa).

2012 "Ocupación del territorio litoral en ciudades turísticas de México". Bitácora Urbano Territorial, 20: 39-50.

2010 "Arquitectura y urbanismo en Puerto Vallarta". Puerto Vallarta: Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta.

Baños, Alfonso y Nolasco, Karla.

2012. "Arquitectura e identidad en el espacio urbano de Puerto Vallarta". En: Investigación y Tecnología: alianzas estratégicas para el desarrollo tecnológico en Jalisco (pp. 83-94). Puerto Vallarta: Instituto Tecnológico Superior de Puerto Vallarta.

Córdova Canela, Fernando y Verónica Livier Díaz Núñez.

2008 "Participación ciudadana y espacio público, análisis del marco legal de la gestión urbana. El caso del Malecón, Puerto Vallarta". Topofilia, Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales, I (1). Hermosillo: Colegio de Sonora.

Delgado, Manuel.

2013 "Espacio público: idealismo y verdad". Arquine, 63: 134-139.

Greenwood, Davydd.

2006 "Prólogo". En: D. Medina Lasansky y Brian McClaren (Eds.). Arquitectura y turismo. Percepción, representación y lugar (pp. 7-13). Barcelona: Gustavo Gili.

Méndez, Eloy.

2008 "Imaginario del lugar". Topofilia, Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales. I (1). Hermosillo: Colegio de Sonora.

Montaner, Josep María y Zaida Muxí.

2011 "Arquitectura y política. Ensayos para mundos alternativos". Barcelona: Gustavo Gili.

Muñoz, Francesc.

2009 "Urbanización. Paisajes comunes, lugares globales". Barcelona: Gustavo Gili.

Koolhaas, Rem.

2006 "La ciudad genérica". Barcelona: Gustavo Gili.

Munguía, Carlos.

1997 "Panorama histórico de Puerto Vallarta y de la Bahía de Banderas". Guadalajara: Secretaría de Cultura de Jalisco y H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta.

Ockman, Joan.

2006 "La nueva política del espectáculo: "Bilbao" y la imaginación global". En: D. Medina Lasansky y Brian McClaren (Eds.). Arquitectura y Turismo: percepción, representación y lugar (pp. 261-274). Barcelona: Gustavo Gili.

Olivera, Ana.

2012 "Redes sociales, prácticas e imaginarios de Puerto Vallarta". En: Lucía González y María Teresa Pérez (comps.). Con-textos 4, Ciudad, Territorio y Sustentabilidad (pp. 33-50). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Organización Mundial de Turismo –OMT-. 2013 “Tourism highlights. 2013 edition”. Disponible en línea: <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition>
 Secretaría de Turismo, México – SECTUR-. 2011 “Compendio Estadístico del Turismo en México”. Disponible en línea: <http://cestur.sectur.gob.mx/>

Imágenes

Figura 1. Propuesta de rehabilitación del Malecón (2011)



Fuente: H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2010-2012

Figura 2. Pasarela sobre el río Cuale



Fuente: propia.

Figura 3. Antiguo muelle en Puerto Vallarta



Fuente: Puerto Vallarta (1981). Fideicomiso de Puerto Vallarta, pp. 21.

Figura 4. El nuevo muelle en Puerto Vallarta



Fuente: propia

Notas

- 1 Mejor conocido como ‘Freddy’ Romero. Este autor no fue arquitecto de profesión, en su juventud se dedicó al baile, acrobacia y magia en el circo así como a la participación marginal en películas mexicanas. En 1949 se traslada a Puerto Vallarta, donde asumiría el trabajo arquitectónico de una forma distinta, creando un nuevo estilo de vivienda vallartense, diseñando en el sitio, desechando los procesos compositivos tradicionales de gabinete, dando instrucciones a los albañiles y recogiendo de ellos la tradición constructiva popular. Sus viviendas las modeló a la topografía del lugar, explorando dimensiones, pendientes, vistas, luz, asoleamiento, vientos dominantes, vegetación y la escala vecina. El autor murió en 1988 en Puerto Vallarta.
- 2 Entre las obras de arquitectos afamados destacan Icon Vallarta, proyectado por el diseñador francés Phillipe Starck en conjunto con Arquitectónica, Enclave (en proyecto) obra de Michael Graves, Nima Bay (autoría de Central de Arquitectura) y la propuesta de Museo del Tequila de Casa Cuervo de Frank Gehry.
- 3 Destacando lugares emblemáticos como el desaparecido restaurante ‘Carlos O’Brians’ sitio tradicional de encuentro para residentes locales y turistas
- 4 Superior a los 82 millones de pesos mexicanos, casi 6 millones de euros.

Recibido: 24/09/2013

Reenviado: 25/10/2013

Aceptado: 08/01/2014

Sometido a evaluación por pares anónimos



AIMS & SCOPE

Aiming at freely accessible scholarly knowledgebase in the travel, hospitality and tourism field, the **JTTR**, with its rich, quality, current and applicable information from different corners of the world, and growing number of queries and manuscript submissions, is emerging as a major and highly favorable scientific platform among researchers and practitioners.

The journal covers all types of empirical and conceptual research of issues relevant to travel, tourism and hospitality industry. In addition to research articles, research notes and book reviews, the JTTR welcomes book discussions and contributions debating or commenting issues of interests to researchers and the professional community.

All manuscripts published in **JTTR** are double-blind peer reviewed by scholars expert in the subject/topic area of the manuscript and in the disciplinary or methodological approach used. The standard for publication in **JTTR** is that the paper must make a clear contribution substantively, theoretically or methodologically, to the body of knowledge.

Indexed/abstracted in *Ebsco, Ciret, Proquest Career and Technical Education, Turizam, Journal of Travel and Tourism Research* has recently been approved for inclusion in the 11th Edition of *Cabell's Directory of Publishing Opportunities in Marketing*.

Thanks to the distinguished editorial board members for their time, painstaking reviews, constructive criticisms and contributions, the **JTTR** will successfully continue to dissemination of knowledge to a wider audience since 2001.

E-mail: intjttr@gmail.com ; stad@adu.edu.tr ; ayuksel@adu.edu.tr

EDITORIAL BOARD

AGARWAL, Sheela

University of Plymouth-UK

BALOGLU, Seyhmus

University of Nevada, USA

BAUM, Tom

The Scottish School, University of Strathclyde, UK

BECKER, Cheryllynn

Washington State University, USA

BRAMWELL, Bill

Sheffield Hallam University, UK

BUTLER, Richard, W.

University of Surrey, UK

BUSBY, Graham

University of Plymouth, UK

CHON KS. (Kaye)

Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong

CLARKE, Alan

University of Pannonia, Hungary

ÇAKICI, A. Celil

Mersin University, Mersin-Türkiye

ÇOBANOĞLU, Cihan

Delaware University-USA

ÇOLAKOĞLU, Osman

Adnan Menderes University, Aydın-Türkiye

Ekiz, H. Erdogan

Taylor's University, Malaysia

HALL, Colin Michael

University of Otago, New Zealand

HANCER, Murat

Oklahoma State University, USA

İÇÖZ, Orhan

Yaşar University, İzmir-Türkiye

KAHRAMAN, Nüzhet

İstanbul Ticaret University, İstanbul-Türkiye

KOÇ, Erdoğan

Doğuş University, İstanbul-Türkiye

KORSTANJE, Maximiliano E.

University of Palermo-Argentina

KOZAK, Nazmi

Anadolu University, Eskişehir-Türkiye

KUŞLUVAN, Salih

Nevşehir University, Nevşehir-Türkiye

MANSFELD, Yoel

University of Haifa, Israel

MANSFIELD, Charles

University of Plymouth, UK

MORRISON, Alastair

Purdue University, USA

MORRISON, Alison

The Scottish School, University of Strathclyde, UK

OKUMUS, Fevzi

University of Central Florida, USA

PAGE, Stephen

University of Stirling, UK

PIRNAR, İge

Yasar University, İzmir-Türkiye

RITCHIE, J.B.R.

University of Calgary, Canada

RYAN, Chris

University of Waikato, New Zealand

TANRISEVDİ, Abdullah

Adnan Menderes University, Aydın-Türkiye

TEPECİ, Mustafa

Celal Bayar University, Manisa-Türkiye

TOSUN, Cevat

Mustafa Kemal University, Hatay-Türkiye

USTA, Öcal

Dokuz Eylül University, İzmir-Türkiye

UYSAL, Muzaffer

Virginia tech University, USA

WOOD, Roy

The Scottish School, University of Strathclyde, UK

Book Review

Comparative Tourism Marketing Case Studies

Alexandru Nedelea (coord.). Abhijeet Publications,
Delhi, India 2010, 352 p.

ISBN 978-93-80031-62-0

Maximiliano E. Korstanje*

University of Palermo (Argentina)

As Zygmunt Bauman (2006) put it, industrial societies have changed to new forms of production, where the social bonds not only have diminished, but also, what is more important, workforce has been recycled in a product. Indeed, workers, citizens and lay people have been transformed in commodities whose functionality to the system is given by their value alone. The primary problem here is that philosophy does not save working positions in context of crisis. When the first scholastic philosophers wrote on the Market, they envisaged long years of prosperity and happiness for everyone. Originally, the market was not considered a mechanism of alienation and oppression as post-Marxist literature shows it was the stepping stone that would grant a major happiness for whole of people. Marketing, as the term that denotes a great link with Market today is pejoratively seen by social scientists. To our end, there is no real reason to blame marketing for human inconsistencies, or material asymmetries produced by greed. G. Klempner (2004), a major British philosopher, has evidenced that ethics, business and marketing should not be dissociated. The ten chapters of this project shed light on different cases and problems of tourism, where marketing may offer a solution. International financial crisis has produced serious imbalances

in peripheral and central economies, threatening the international financial order as never before. Urgencies of economies need solutions and answers.

This seems to be the main reason why K Stefanos examines the benefits and advantages of Greece to potentiate a hotel business. The local market is of paramount importance in this country which not only is suffering a much deeper economic depression, but also was historically a destination characterized by a high seasonability of demand. L. Elmazi and J Stojanoski, rather, prefer to delve on the potentialities of advertising of Albania and Macedonia. Precisely, one of the main problems is to design a "propaganda" which dissuades audience, in a world where ads abounds. To date mouth to mouth is still the best way of promoting a product and a destination. The policies of marketing conducted by a business corporation, anyway, generate effects inside the organization. These effects are not widely studied. By the way, Elmazi acknowledges that knowing first what feel the workforce of travel agencies and wholesalers of Albania.

"The more careful and objective the evaluation of marketing research is in an organization the higher the understanding of its effect on financial performance. Despite that, less than half the

* Department of Economics, University of Palermo, Argentina. E-mail: maxikorstanje@arnet.com.ar

organizations that invest resources in marketing research have formalized evaluation procedures in place. Managers should realize intuitive responses to research processes might end up in the waste or misallocation of valuable resources” (p. 80)

What this study suggests is that interviewees feel the fabrication of knowledge means power. Research for them corresponds with a tactical action of reaffirmation, which is based on positive profits. Last but not least, S. Cerovic suggests that specialists should take attention to the economic development as a catalyst of improvement. Serbia has been linked to a situation of political turmoil which affected seriously its image in the world. The state has not devoted considerable resources to boost the image of the country. This generated an inadequate structure of lodging and exchange in travel agencies while the exploration of market was not encouraged. The quality of product services in tourism was not updated according to a more standardized international demand. Therefore, a strategic plan of marketing plays a vital role in reconfiguring the landscape of the country. Competence among agencies or air-companies is of paramount importance to develop sustainable pattern to follow for all involved units. A. Stringa explores the limitations and disadvantage of air-companies in Albania to diversify competition. In a global market that is facing serious challenges, Albanian companies must adapt. To captivate the customer’s loyalty in a moment where people are subject to manifold stimuli and programs, is a very humorous task. Although we are unable to review all chapters posed in this valuable book because of time and space, some common lines are found:

- a) The consumer mind, which is a very difficult aspect of psychology, is today subject to a constant bombarding of offering, information and visual stimuli.
- b) The global conditions of competence in tourism have led agencies and companies to a complex situation in last decades. Price war represents one of the main threats international market now faces.
- c) At time some countries devotes effort and investment to promote their images, others like Albania or Serbia has serious problems to pose their image internationally. This paves the ways to question the nature of tourism. Local demand stimulation is, in this vein, a plausible solution.
- d) Exchange and an efficient monopoly of information helps policy makers to make the correct decision, but as George put it, ethics and ecology is essential to understand the roots of marketing. The community view should be taken into

consideration for governments and tourism-led planners.

- e) Marketing should focus on the community-based compromise that empowers people in the cultural values of life.
- f) The financial crisis that whips the world has increased the degree of uncertainty in the markets. Psychologically, this constraints the consumption and demand of services.

As this book shows, marketing is a significant tool to solve the inconsistencies of tourism businesses simply because it organizes the resources according to a fixed goal. In context of uncertainty, a planned long-term action may mark the onset on success or failure. Marketing as a discipline, therefore, depends on the engineering that goes beyond the hegemony of financial techniques. The volatile nature of tourism and its intangibility poses serious problems for policy makers to articulate success plans of enhancement for international destination. What this book reminds me, personally, is not only I departed from a prejudice respecting to this discipline, but the benefits of introducing ethics in the field of management and marketing. Nedelea’s work evidences the needs of introducing ethics in marketing design as well as the hopes a new view of social marketing still is possible.

Bibliografía

- Bauman, Z.
2006 *On Consuming life*. Buenos Aires, Paidós.
- Klempner, G.
2004. Ethics and Advertising. *Philosophy for Business*, (9).

Recibido: 04/10/2013
Aceptado: 14/11/2013
Sometido a evaluación por pares anónimos

Página Web:

www.pasosonline.org

Correo electrónico:

info@pasosonline.org

Correo postal

P.O. Box 33

38360 El Sauzal (Tenerife) España

