

SEMINARIO INTERNACIONAL

Renovación y Reestructuración de Destinos Turísticos Consolidados del Litoral



BLOQUE TEMÁTICO 1

Principios y fundamentos de los procesos de renovación y reestructuración en el marco del ciclo de vida de los destinos turísticos.

UNIVERSIDAD DE ALICANTE



Institut Universitari d'Investigacions Turístiques
Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas

Plan Nacional
de I+D+I
2008 - 2011

24-25
Noviembre
2011

COMUNICACIONES



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Vicerektorat d'Extensió Universitària
Vicerrectorado de Extensión Universitaria



GENERALITAT
VALENCIANA

INVAT-TUR
Instituto Valenciano de
Tecnologías Turísticas



GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA D'EDUCACIÓ, FORMACIÓ I OCUPACIÓ

BLOQUE TEMÁTICO 1

Principios y fundamentos de los procesos de renovación y reestructuración en el marco del ciclo de vida de los destinos turísticos.

¿EL MISMO MODELO PARA SIEMPRE? COMENTARIOS SOBRE EL CICLO DE VIDA DEL ÁREA TURÍSTICA A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE BAHÍAS DE HUATULCO (MÉXICO).

Victor Manuel López Guevara

Instituto de Turismo de la Universidad del Mar, Campus Huatulco (México)

EL CICLO DE VIDA DE DOS DESTINOS DE SOL Y PLAYA CONSOLIDADOS DEL SUR DE BRASIL: UN PRIMER ACERCAMIENTO A FLORIANÓPOLIS Y BALNEARIO CAMBORIÚ.

Jennifer Caroline Soares

Doctoranda en Dirección y Planificación en Turismo por la Universidad de Alicante.

Jose Manoel Gandara

Universidad Federal de Paraná

REPOSICIONAMIENTO PARA DESTINOS TURÍSTICOS CONSOLIDADOS: EL CASO DE LOS CABOS, MÉXICO.

M.C. Angélica Montaña Armendáriz

M.I.E. Juan Carlos Pérez Concha

Dra. Antonina Ivanova Boncheva

Departamento de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, La Paz, B.C.S. México

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS PARA LA REESTRUCTURACIÓN TURÍSTICA DE UN DESTINO MADURO: EL CASO DE CULLERA.

David Giner Sánchez

Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat.tur)

LA COSTA BRAVA EN CATALUNYA: DEL TRADICIONAL MODELO DE SOL Y PLAYA A LAS NUEVAS OPCIONES DE TURISMO CULTURAL.

Gemma Cànoves y José M^a Prat

Universidad Autónoma de Barcelona

LA PLANIFICACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS MEXICANOS: UNA RECETA MIL VECES VANAGLORIADA.

Salvador Gómez Nieves

Universidad de Guadalajara, México

LA CAPACIDAD DE CARGA SOCIAL EN EL CONTEXTO DE LA RENOVACIÓN-REESTRUCTURACIÓN DE LA COSTA DEL SOL ORIENTAL (ESPAÑA).

Fabiana dos Santos Firmino

Doctoranda en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible en la Universidad de Málaga

CASO CARTAGENA DE INDIAS: EL PASO DE SOL Y PLAYA A DESTINO CULTURAL COMO ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN, RENOVACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO EN SU CICLO DE VIDA.

John Alexander Ramos Calderón

Estudiante Máster Oficial en Dirección y Planificación de Turismo de la Universidad de Alicante

RENEWAL OF TOURISM SUPPLY AND UPGRADING OF CULTURAL AND ENVIRONMENTAL RESOURCES: STRATEGIES AND TOOLS FOR NEW SCENARIOS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN CALABRIA (ITALY).

Gabriella Pultrone

Università Mediterranea di Reggio Calabria

**¿EL MISMO MODELO PARA SIEMPRE?
COMENTARIOS SOBRE EL CICLO DE VIDA DEL ÁREA TURÍSTICA A
PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE BAHÍAS DE HUATULCO (MÉXICO)**

Autor:

Víctor Manuel López Guevara*

Resumen: En este documento se propone concebir al área turística como un espacio-geográfico, es decir, un territorio socialmente construido y capaz de evolucionar de acuerdo con los intereses vigentes en cada momento. Ello implicaría dos cosas, por un lado, superar cualquier intento por concebir a los centros turísticos exclusivamente como espacios-producto y, en segundo lugar, promover que la evolución de los destinos se realice a partir de variables definidas por los actores que viven y se desenvuelven en ellos. Las ideas expuestas en este trabajo, las cuales son preliminares y habidas de un mayor desarrollo, han sido elaboradas con base en el estudio de caso de Bahías de Huatulco.

Palabras clave: Ciclo de vida, modelos, participación, Bahías de Huatulco.

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la última década, el gobierno mexicano ha intensificado los esfuerzos para diversificar la oferta turística nacional con el objetivo de fortalecer la imagen internacional del país, atraer nuevos mercados (vinculados a la cultura, al deporte y la naturaleza), promover inversiones y crear empleos (Secretaría de Turismo, 2001:157-168; 2007:16).

Entre las actuaciones que para tal efecto han implementado las autoridades federales destacan ocho programas regionales (Mundo Maya, Tesoros Coloniales, Pueblos Mágicos, etc.) y la puesta en marcha de diversas iniciativas para desarrollar productos de naturaleza, golf, convenciones y turismo alternativo en zonas indígenas.

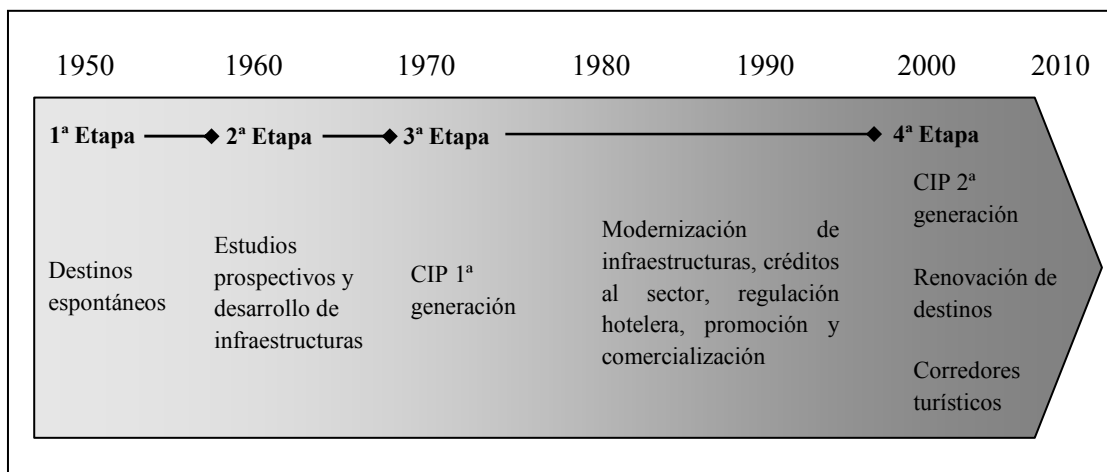
No obstante las acciones emprendidas, los destinos litorales aún conforman el principal sector de la oferta turística nacional. Esto se hace patente al advertir que de los 26,8 millones de

* Instituto de Turismo de la Universidad del Mar, campus Huatulco (México). E-mail guevara@huatulco.umar.mx y lopez.guevara.academic@gmail.com

cuartos ocupados por turistas extranjeros en 2006, el 80,5% (21,6 millones) correspondieron a establecimientos hoteleros ubicados en centros playa (Consejo de Promoción Turística de México, s/fa).

La hegemonía de la oferta litoral se puede entender a partir de la consideración de dos procesos. El primero de ellos es el apoyo gubernamental brindado, a lo largo de cuatro etapas, al fomento y planificación de destinos costeros (figura 1). Como resultado de la combinación de acciones públicas y privadas, se ha desarrollado un conglomerado de centros vacacionales agrupados en tres conjuntos: 1) destinos espontáneos, 2) centros integralmente planeados (CIP) de primera generación, y 3) CIP de segunda generación y corredores turísticos (Magaña-Castillo, 2009:523-527; Smith, 2009:5-9; López, 2010:10-25).

Figura 1. Evolución del turismo moderno en el litoral de México.



Fuente: Elaboración propia con base en Jiménez, (1993), Bringas (1999), Fondo Nacional de Fomento al Turismo (2006), Benseny (2007), Magaña-Castillo (2009), Smith (2009) y López (2010).

El segundo proceso que permite explicar el dominio de la oferta litoral, es el mantenimiento del sol y la playa como motivación de primer orden entre los turistas que viajan a México provenientes de países considerados entre los principales mercados emisores, tales como Alemania, Canadá, España, Estados Unidos, Francia y Reino Unido (cuadro 1).

De forma similar al caso mexicano, en otros países se han desarrollado áreas litorales con la intención de captar la demanda internacional de productos de sol y playa. De esa forma los destinos ubicados en Bahamas, Cuba, Costa Rica, República Dominicana y Jamaica compiten con México por el mercado norteamericano. En tanto que, por el mercado europeo, los destinos nacionales rivalizan con los centros vacacionales emplazados en Australia, Brasil, Cuba, Egipto,

India, República Dominicana, Tailandia y Sudáfrica (Consejo de Promoción Turística de México, s/f).

Cuadro 1. Participación del producto sol y la playa en la composición de ventas turísticas de México realizadas en mercados emisores, 2007-2008.

Mercado emisor	Participación del sol y la playa en la venta turística (%)
Alemania	20,0
Canadá	33,3
España	45,0
Estados Unidos	43,8
Francia	38,0
Reino Unido	22,0

Fuente: Consejo de Promoción Turística de México (s/f). Análisis de coyuntura para los mercados de Alemania, Canadá, España, Estado Unidos, Francia y Reino Unido.

La rivalidad internacional, sumada a la presencia de destinos nacionales de diferente cuño generacional, ha configurado una creciente competencia que obliga a los centros turísticos a diagnosticar su situación y a implementar acciones correctivas o reorientativas para asegurar una evolución conveniente.

De acuerdo con Vera, López, Marchena y Antón (1997: 233), desde finales de los años setenta se han elaborado diversos modelos para identificar la evolución y la situación de los destinos. Los autores citados apuntan como las propuestas más representativas las elaboradas por Moissec (1977), Butler (1980) y Chadeaud (1987). No obstante, el *ciclo de vida del área turística* (CVAT) formulado por Butler destaca entre los diferentes modelos por su recurrente aplicación y, simultáneamente, por ser objeto de un constante debate centrado alrededor de su marco teórico-conceptual (Getz, 1992; Agarwal, 1997; Douglas, 1997; Johnston, 2001, Cohen-Hattab y Shoval, 2004; Agarwal, 2006; Barbosa, 2007; Moncada, 2008; Santamaría y Barbosa 2008; Virgen, 2009).

La crítica al CVAT y su contrastación empírica han motivado la formulación de versiones modificadas del mismo (Priestley y Mundet, 1998; Johnston, 2001; Agarwal, 2002) sin que ello implique necesariamente la superación de algunas limitaciones reconocidas en el modelo original, a saber: la idea que el desarrollo depende del crecimiento de la demanda y/o de la oferta, así como la ausencia –dentro del modelo-, de variables asociadas a la sostenibilidad.

La discusión alrededor del CVAT se ha mantenido vigente a lo largo de tres décadas debido a los retos que supone valorar la evolución de los destinos y, especialmente, la selección de las variables involucradas en el proceso. Esto último pone al descubierto que existen discrepancias en torno al concepto mismo de la evolución y la forma en la cual debe ser monitoreada. En consecuencia, el presente trabajo parte de la siguiente pregunta: ¿qué variables tendrían que ser consideradas para estudiar la evolución de los centros turísticos? Esta misma pregunta ha sido planteada por diversos autores, entre ellos el mismo Butler quien consideró al número de turistas como la variable de referencia para dar seguimiento al ciclo de vida. Posteriormente Priestley y Mundet (1998) propusieron incorporar el monitoreo de la capacidad de carga para aproximar la mecánica del modelo a los principios de la sostenibilidad, en tanto que, más recientemente, Johnston (2001) se ha pronunciado por la cuantificación de las unidades de alojamiento para determinar la madurez alcanzada por los destinos y, en consecuencia, definir medidas de gestión pertinentes.

A partir de la revisión los trabajos antes citados, se asume que la formulación constata de propuestas alternativas al modelo original del CVAT responde a la motivación por definir una variable, o un conjunto de ellas, cuyo uso permita: 1) avanzar en la mejor comprensión de la evolución del área turística y 2) formular, en consecuencia, las acciones pertinente para reorientar su ruta evolutiva.

Si se parte del hecho de que todo destino turístico es un espacio-geográfico (generado por la acción social y capaz de evolucionar de acuerdo con los intereses manifiestos en cada temporalidad), y no solamente un espacio-producto, entonces los modelos elaborados desde la geografía podrían ser utilizados para apuntar nuevas aproximaciones alrededor de las variables pertinentes para diagnosticar la evolución de las áreas turísticas.

De acuerdo con las ideas expuestas por Arroyo (1996:77-85), las implantaciones espaciales que se materializan en el territorio, son parciales y no absolutas, es decir, tienen una condición transitoria entre el pasado, el presente y el futuro. Al trasladar estas ideas al ámbito del turismo, esto significaría que el desarrollo turístico, como manifestación que toma lugar en el espacio a causa de la lógica social, política y económica imperante en un determinado tiempo, puede transformarse y ajustar sus metas antes, durante y después de presentarse cualquier modificación en la lógica dominante.

Lo anterior se confirma al advertir la transición entre el modelo desarrollo *fordista* basado en la estandarización de la oferta y el crecimiento masivo, al *posfordista* en el cual se encuentran integradas las nociones de la alta segmentación y la sostenibilidad (Vera et al., 1997:40).

Entonces, si los espacios turísticos son transitorios, ¿es acertado medir la evolución de los destinos siempre con la misma variable?

Para explorar la respuesta a la pregunta anterior se plantea como hipótesis de trabajo que el manejo secuenciado de diferentes variables -adecuadas a la situación particular de cada destino y a la temporalidad vigente-, permitiría identificar rasgos evolutivos no plasmados de forma igualmente clara a través del estudio de una única variable acumulativa, como es el caso del número de turistas.

Con el afán de contrastar la hipótesis propuesta, en las siguientes secciones se presenta el estudio de caso de Bahías de Huatulco (un centro vacacional ubicado en la frontera del *fordismo* y el *postfordismo*). Primeramente se analiza el ciclo de vida del destino antes mencionado con base en el CVAT de Richard Butler y de un modelo opcional derivado de éste en el que se maneja una variable complementaria. Tras la presentación de los rasgos principales del modelo opcional y la discusión de los resultados y alcances asociados al mismo, se asume necesario avanzar en la elaboración de nuevos esquemas que permitan pensar y dar seguimiento de forma participativa a la evolución de los destinos. De esa forma, el presente trabajo finaliza con la propuesta de un modelo alternativo basado en el trabajo de Okasaki (2008) y en el esquema de gestión participativa que, desde mediados de la década pasada, se ha impulsado en Bahías de Huatulco.

2. LA EVOLUCIÓN DE BAHÍAS DE HUATULCO

2.1. Caracterización del centro turístico

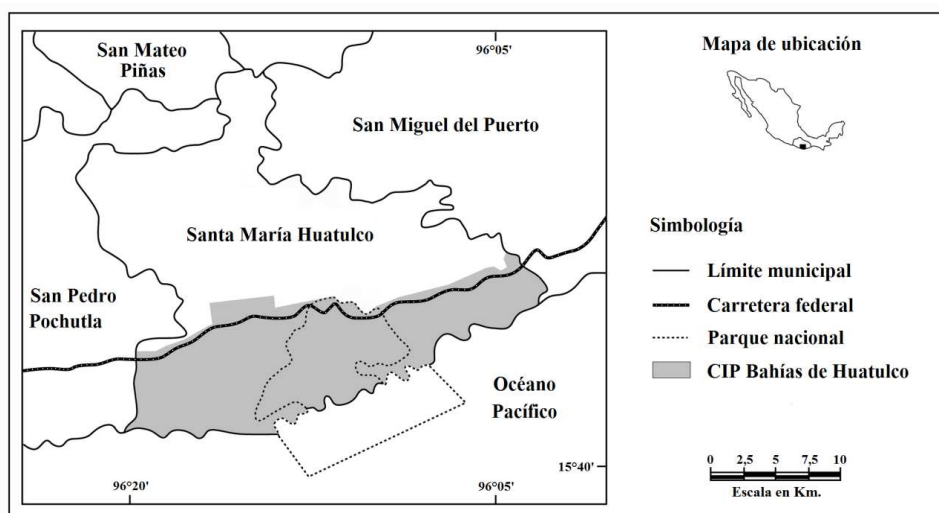
Bahías de Huatulco es el quinto y último CIP de primera generación prospectado, construido y gestionado por agencias del gobierno federal.¹ Sus orígenes se remontan hacia 1969 cuando una delegación de funcionarios del Banco de México determinó que el litoral del municipio de Santa María Huatulco (figura 2) era un sitio con potencial para el desarrollo turístico (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, 1999:142).

Tras la culminación de diversos estudios técnicos así como de la carretera federal 200 que conectó a la costa de Oaxaca con el interior del país, el 28 de mayo de 1984 el gobierno federal, a través de la hoy extinta Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE), expropió al municipio de Santa María Huatulco un predio de 20.975 hectáreas con la finalidad de proveer al

¹ Los CIP que antecedieron a Bahías de Huatulco son Cancún (Quintana Roo), Los Cabos (Baja California Sur), Ixtapa-Zihuatanejo (Guerrero) y Loreto (Baja California Sur).

Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) del suelo necesario para planificar y desarrollar un nuevo centro turístico que se conocería, posteriormente, con el nombre de Bahías de Huatulco (Diario Oficial de la Nación, 1984).

Figura 2. Ubicación del Centro Integralmente Planeado Bahías de Huatulco.



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la información contenida en el Plan Maestro del destino, se puede asumir que Bahías de Huatulco fue proyectado como un centro turístico de transición entre el *fordismo* y el *postfordismo*. La relación con el *fordismo* se evidencia a través de la proyección de casi 27 mil cuartos de hotel, en tanto que el vínculo con *postfordismo* se percibe mediante la incorporación de nociones ecologistas en la distribución de los usos de suelo, toda vez que se adjudicó a la función de conservación un total de 10.938 hectáreas equivalentes al 52% del área expropiada, mientras que el uso turístico fue provisto con el 3%, el urbano con el 10%, la reserva territorial con el 31% y a las infraestructuras aeroportuarias con el 4% (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, 1997: 8-27).

Según la programación oficial, el nuevo CIP lograría afianzar su función turística a lo largo de tres etapas: *desarrollo* (1984-1988), *consolidación* (1988-2000) y *saturación* (2000-2018). Los documentos oficiales no señalan con claridad el número de turistas que se esperaba fuese atendido por el destino al alcanzar su máximo estado evolutivo, sin embargo, de acuerdo con Bleyleben (1986), se puede asumir que las autoridades esperaba que Bahías de Huatulco lograra atender un volumen de turistas similar al captado por Cancún.

No obstante las metas de desarrollo proyectadas, desde la primera etapa el destino comenzó a experimentar rezagos. Así, al finalizar 1988 el destino contaba con 592 cuartos de hotel que representaban el 45,5% del total comprometido según la planeación de la primera etapa. Al

término de la segunda etapa había 2.160 cuartos en operación equivalentes al 34,1% de la meta programada. A finales de la pasada década, ya dentro de la tercera etapa, el destino reportaba 2.857 cuartos, es decir, algo más del 10% de las casi 27.000 habitaciones contempladas en el Plan Maestro y refrendadas en subsiguientes documentos de programación (véase López, 2010:57-67).

Debido a que no existen metas claras acerca del número de turistas asociado a cada etapa de desarrollo y al hecho de que se presentan claros rezagos en materia de cuartos en operación, se asume conveniente evaluar el ciclo de vida de Bahías de Huatulco a través de planteamientos opcionales relacionados con el manejo de variables alternativas, a este respecto se describe, a continuación, las características de una primera propuesta.

2.2. Rasgos generales de un modelo opcional para diagnosticar la evolución

Si el desarrollo de Bahías de Huatulco como destino *fordista* experimentó una ralentización desde la segunda etapa, entonces, se asume que medir su evolución con base en el número de turistas pierde sentido, las nuevas condiciones experimentadas por el destino obligan a la búsqueda de otras variables de referencia adecuadas a la situación temporal, por eso se propone, como punto de partida, el tratamiento de la ocupación hotelera como variable de referencia toda vez que permite hacer una valoración de la situación del destino a partir de un referente conocido: la capacidad hotelera instalada.

Una vez revisadas las diferentes observaciones hechas al modelo de Butler por autores como Getz (1992), Cooper (1994), Cohen y Shoval (2004) y Vera (2004) se elaboró la nueva versión para estudiar la evolución de Bahías de Huatulco. En ella se integró como variable de referencia la ocupación y dado que se trata de un destino *ex-novo*, se modificaron las fases de evolución de acuerdo con las anotaciones de Haywood (1986, citado en Vera et al. 1997:239) y Agarwal (2002, 2006). Además se incorporó la noción sobre el mito turístico elaborado por Chadefaud (1987 citado en Callizo, 1989:40-43) como elemento auxiliar para distinguir fases evolutivas. Una explicación más detallada del modelo es aportada por López (2010:41-46).

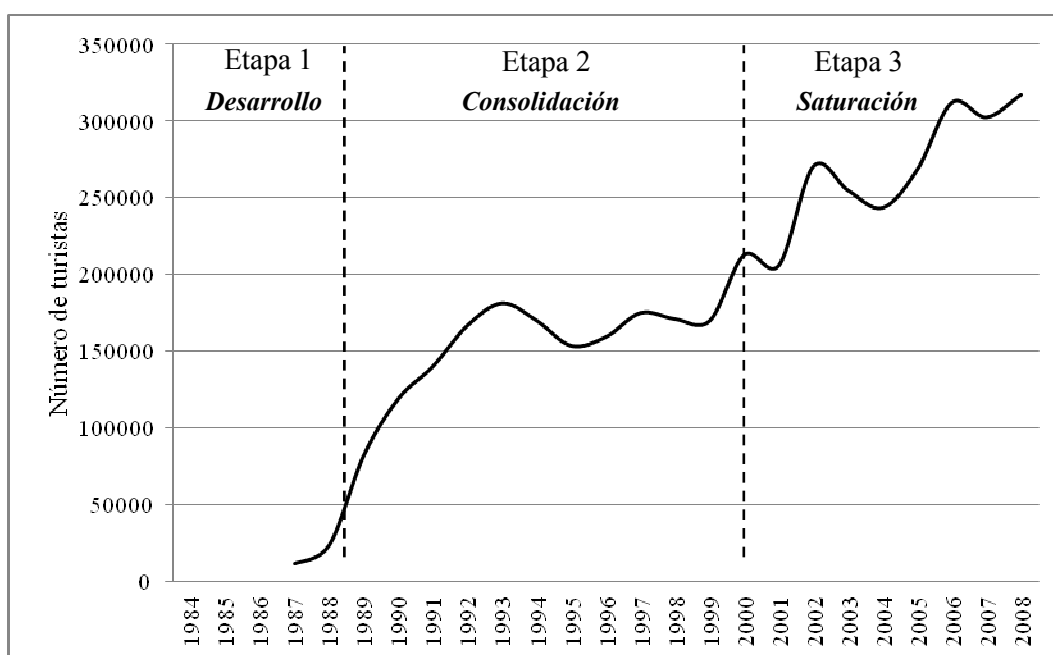
2.3. La evolución de Bahías de Huatulco visto a través del modelo optativo

Con la finalidad de facilitar la discusión acerca de los alcances del modelo optativo se procedió a contrastar los resultados de éste con los arrojados por el CVAT de Richard Butler. A fin de facilitar la comparación se muestra, a continuación, una primera interpretación del ciclo de vida basada en el modelo de Butler (figura 3).

Bajo el supuesto de que Bahías de Huatulco conseguiría durante la tercera etapa de su desarrollo un aforo similar al de Cancún, es decir, aproximadamente 3 millones de visitantes al año, se

puede anotar que el desempeño logrado por el destino muestra un rezago notable acarreado desde inicios de la etapa de consolidación. La ralentización en el crecimiento es explicada, según la opinión de gestores locales, a partir de problemas vinculados con la accesibilidad hacia el centro turístico y con la competencia ejercida por destinos de las Antillas (Lorenzo Alfaro y Mónica De la Peña. Comunicación personal con el autor, junio de 2010). No obstante, pese a la presión ejercida por la competencia, se observa, desde finales de la segunda etapa, una recuperación en el aforo turístico que alterna con periodos de decremento los cuales son explicados por influencia del escalamiento en los precios del petróleo, las crisis sanitarias y la influencia de destinos sustitutivos.

Figura 3. El CVAT de Bahías de Huatulco a lo largo de las tres fases programadas

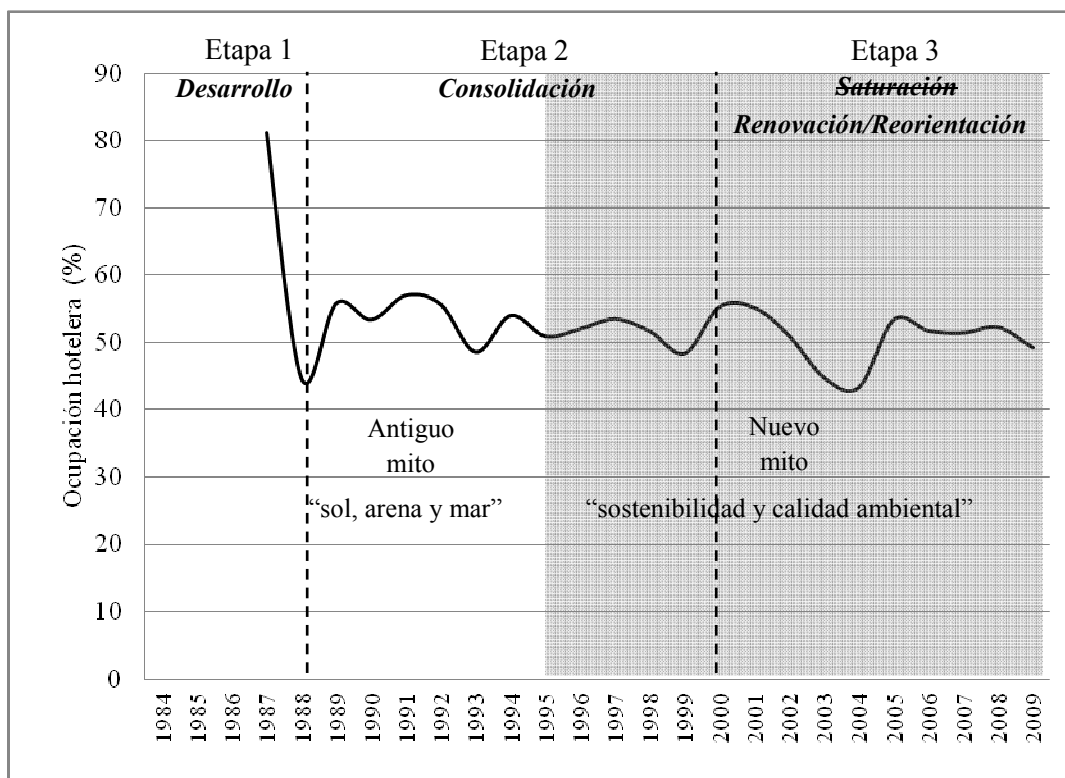


Fuente: Elaboración propia con base en FONATUR (2009).

Tras aplicar el modelo optativo (figura 4) se observa que la trayectoria dibujada por los valores de la ocupación hotelera no sugiere correspondencia con los estados evolutivos esperados en las diferentes etapas proyectadas en la planificación del FONATUR (desarrollo, consolidación, saturación). Lo anterior se constata al observar la reducción progresiva del valor porcentual de la ocupación. Al comenzar la segunda etapa se identifica un lapso de recuperación en la ocupación hotelera, la cual, en los años siguientes, oscilará entre el 43,2% y el 56,9%. La interpretación de las evidencias arrojadas por el modelo opcional debe realizarse con cautela, debido a que algunos periodos asociados al descenso en la trayectoria se corresponden, de hecho, con lapsos de crecimiento en el número de visitantes y de unidades de alojamiento.

Ejemplo de lo antes dicho ocurrió en 1992 cuando, respecto al año anterior, se reportó un incremento de 160 cuartos y de 27.063 turistas (para una revisión de las diferentes variables estadísticas asociadas al destino en el periodo 1984- 2010 véase López, 2010:109-110).

Figura 4. El ciclo de vida de Bahías de Huatulco según el modelo optativo



Fuente: Elaboración propia con base en FONATUR (2009) y SECTUR de Oaxaca (2010).

Si ambos modelos son capaces de identificar momentos de crecimiento y crisis en la evolución del destino, ¿existen evidencias que demuestren que el modelo optativo propuesto complementa al CVAT de Butler y permite una mejor comprensión de la evolución del destino?

A diferencia del CVAT, el modelo optativo muestra que, a lo largo de las etapas de consolidación y saturación, el destino ha operado al 50% de su capacidad. Ello significa que la inversión pública comprometida para financiar cada una de las acciones vinculadas a la planificación, desarrollo y fomento ha dado por resultado un centro turístico que opera, en líneas generales, a la mitad de sus posibilidades.

A mediados de la década de 1990 una encuesta oficial sobre la satisfacción del turista que visita Bahías de Huatulco reveló que el 30% de los entrevistados consideraba que la oferta y los servicios del destino no cubrían sus expectativas (Fondo Nacional de Fomento al Turismo,

1997:195). Las respuestas registradas por la encuesta podrían ser indicativas de un cambio/matización sobre el mito turístico asociado a los espacios litorales (la transición del “sol, arena y mar” a la búsqueda de calidad ambiental y la sostenibilidad). Esta situación, sumada a los niveles de ocupación mantenidos por más de una década sugeriría la necesidad de emprender una fase de renovación/reorientación en el centro turístico en sustitución de la fase de saturación (figura 4).

En respuesta al escenario antes descrito, desde mediados de los años noventa el FONATUR, en colaboración con otros actores públicos y privados, definió planteamientos para conducir la reorientación/renovación al destino, entre los cuales se pueden citar la elaboración de una estrategia de reposicionamiento y el reajuste de metas (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, 1997). No obstante, será desde los comienzos de la década del 2000 cuando se manifieste de manera constante la implementación de diversas actuaciones para dar nuevos bríos al ciclo del destino. A este respecto se ha reconocido la implementación en Bahías de Huatulco de cerca de un centenar de iniciativas. El cuadro 2 da cuenta de las más representativas.

Cuadro 2. Principales acciones de renovación /reorientación en Bahías de Huatulco (2000-2010)

Tema: Competitividad	
Estrategia	Actuación
Diversificación de la oferta a través de recursos singulares.	Programa de uso público del Parque Nacional Huatulco, apertura del Parque Eco-Arqueológico de Copalita.
Incorporación de atracciones artificiales.	Instalaciones náuticas y eventos programados (eventos deportivos de corte internacional y festivales).
Mejora en la calidad del servicio.	Programas de capacitación para la obtención de distintivos de calidad en el servicio para empresas turísticas.
Accesibilidad.	Apertura de rutas aéreas al destino mediante la oferta de fondos de garantía, riesgo compartido y promoción conjunta aerolínea-destino. Construcción de un muelle de cruceros con dos posiciones. Obras de urbanismo para impulsar la accesibilidad. Adaptación de instalaciones hoteleras.
Especialización.	Impulso al turismo residencial, acciones para consolidar al centro como un destino de golf, náutica y naturaleza.
Reposicionamiento.	Renovación del alojamiento. Desarrollo de una imagen asociada a la naturaleza y a las facilidades médicas.
Adaptación.	Aplicación recurrente de encuestas de perfil del turista.
Colaboración.	Participación público-privada en el desarrollo de las diferentes actuaciones descritas.

Fuente: López (2010: 77-86)

Cuadro 2. Principales acciones de renovación /reorientación en Bahías de Huatulco (2000-2010)
(continuación)

Tema: Sostenibilidad	
Estrategia	Actuación
Recuperación de la calidad ambiental y revitalización de áreas en declive.	Agenda 21 local, certificaciones Green Globe 21 y EarthCheck, distintivo de Calidad Ambiental Turística para hoteles, programa para la neutralización de emanaciones de CO ₂ , programa playas limpias, colaboración en el Comité de Cuencas de la Costa de Oaxaca, reforestación, reducción y gestión de residuos.
Nuevas pautas a la creación de oferta, límites al crecimiento y reordenamiento de áreas saturadas.	Recalificación de suelo.

Fuente: López (2010: 77-86)

El periodo en el que toma lugar la fase de renovación/reorientación en el destino coincide con el declive en los valores representado en la figura 4 durante los años 2001 a 2003. El escenario retratado en la figura 3, en cambio, muestra una tendencia de crecimiento en el aforo turístico. ¿Qué se puede derivar de la contradicción dibujada por ambas gráficas?

Una interpretación “complaciente” de esta diferencia diría que el modelo optativo permite un acercamiento más preciso a la situación del área turística, porque la presencia de actuaciones de renovación/reestructuración justo coincide con la manifestación de una crisis sostenida en la ocupación. En consecuencia, existen indicios de que la hipótesis de trabajo planteada puede ser aceptada al considerar que la valoración del ciclo de vida mediante una variable complementaria permite comprender mejor la evolución de los destinos. Sin embargo, existen elementos que rechazan tal interpretación. En primer lugar el modelo del CVAT (figura 3), señala el rompimiento de la tendencia de crecimiento a mediados de los años noventa justo cuando se reconoce la manifestación de evidencias sobre el cambio en el mito turístico de acuerdo con la encuesta conducida por el FONATUR. En segundo lugar las oscilaciones mostradas por la trayectoria entre 1995 y 2008 actúan como señales que indican la necesidad de reforzar las medidas de gestión sean éstas para renovar el destino, reorientarlo o reestructurarlo. Con base en lo antes dicho, se asienta que ambos modelos son capaces de reflejar la evolución del destino por lo cual la necesidad de registrar el ciclo de vida mediante la sucesión de variables queda entredicho. Aún más, los dos modelos muestran una evidente naturaleza reduccionista que refrenda la idea que el desarrollo y la evolución de los destinos se mide a partir de variables de oferta y demanda.

3. UNA FORMA ALTERNATIVA DE MIRAR LA EVOLUCIÓN DEL DESTINO

¿Cuál sería el camino a seguir en la búsqueda de una forma más acertada para tomarle el pulso a la evolución de Bahías de Huatulco? La solución a esta pregunta podría delinarse a partir de las actuaciones de renovación/reorientación realizadas en el propio destino.

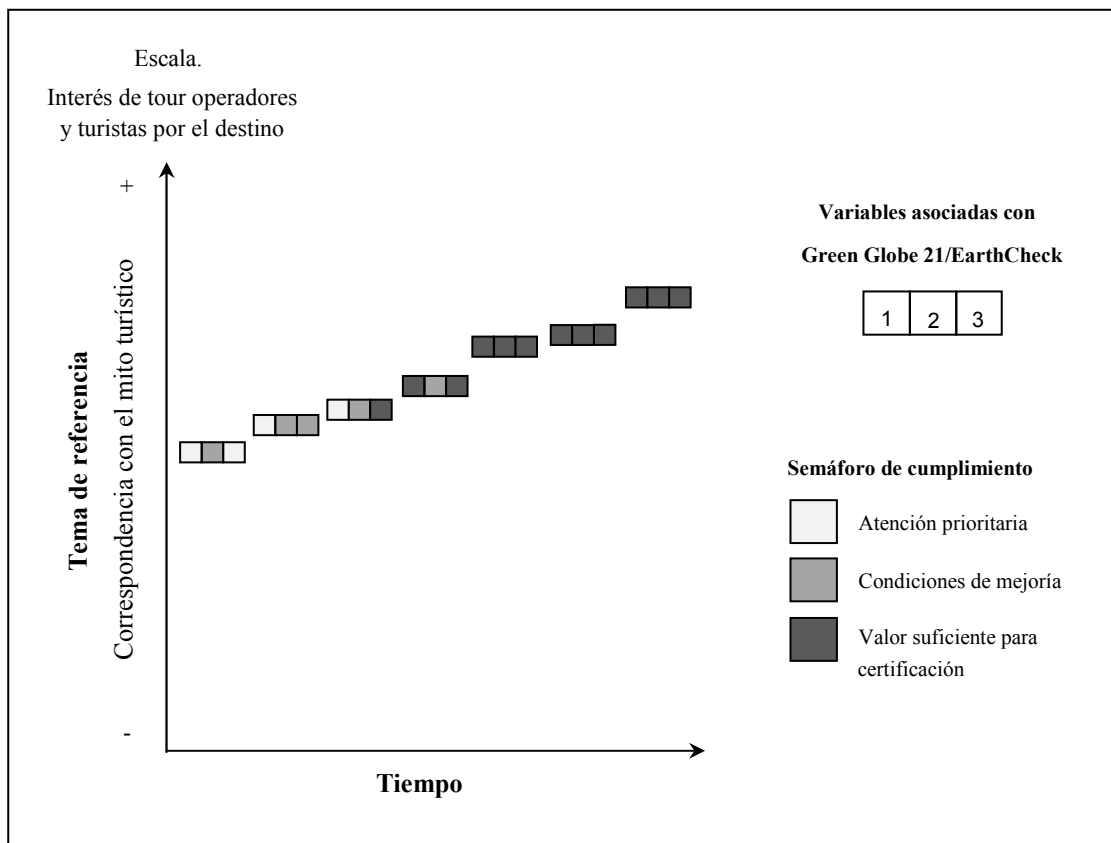
Durante los primeros años de la década del 2000 ya fuese por iniciativa ciudadana o por promoción por parte de diversas entidades gubernamentales, se organizaron diferentes grupos de trabajo para avanzar en la implementación de prácticas sostenibles en el destino. Así, en 2005 se instauró el Comité Agenda 21 Local constituido por los subcomités de Medio Ambiente, Turismo, Desarrollo Urbano y Entorno Socioeconómico, cada uno de los cuales estaría encargado de identificar problemáticas dentro de su ámbito de interés y de diseñar y programar soluciones pertinentes. El equipo de trabajo encargado de la temática ambiental despuntó por su activismo y por su vinculación con el resto de los subcomités. La continuidad de las acciones ambientales ejecutadas en el seno de la Agenda 21 promovió la constitución de una asociación civil (Equipo Verde Huatulco A.C.) la cual ha liderado e instrumentado, con la participación de la población local, iniciativas necesarias para cumplir los requerimientos solicitados para certificar al destino como comunidad sostenible bajo los esquemas de Green Globe 21 y esquema EarthCheck. Tras la obtención de las respectivas certificaciones, recientemente el Equipo Verde Huatulco A.C. ha emprendido un programa para neutralizar las emisiones de carbono en el destino (López, 2010: 63-65, 84-85).

A partir de la obtención de las certificaciones y del incremento paulatino en el número de cuartos de hotel, las condiciones para comercializar al destino han mejorado al mismo tiempo que algunas aerolíneas han decidido abrir rutas nacionales e internacionales hacia el CIP. Como resultado de ello el aforo turístico hacia Bahías de Huatulco se ha incrementado (al poco tiempo de iniciarse los procesos de certificación, esto en 2006, se supera por primera vez la marca de 300.000 turistas en el destino y, ya en 2009, se logra rebasar la cantidad de 500.000. López, 2010:109-110).

La figura 5 muestra una aproximación gráfica del modelo de gestión desarrollado por el Equipo Verde Huatulco A.C. En ella se representan con números enmarcados en casillas a las variables asociadas con los procesos de certificación (el número de variables es abierto dado que se define en función de los problemas que se requiere resolver para lograr las certificaciones. Por tal motivo cada destino que entra en un proceso de certificación maneja un número diferente de variables). La obtención de las certificaciones depende del cumplimiento de ciertos parámetros mínimos asociados a las variables, por esa razón en la misma figura se señala un “semáforo” que indica tres estados: el incumplimiento de los parámetros, la mejoría en el desempeño y el

cumplimiento. Este último estado permite optar por las certificaciones, las cuales son de interés para el destino turístico porque cumplen dos funciones: 1) dan testimonio de la correspondencia entre el destino y los elementos de la sostenibilidad y la calidad ambiental asociados al nuevo mito turístico en los espacios litorales y 2) se constituyen como un elemento diferenciador para apoyar la comercialización del destino.

Figura 5. Esquematización de la gestión liderada por el Equipo Verde Huatulco A.C.



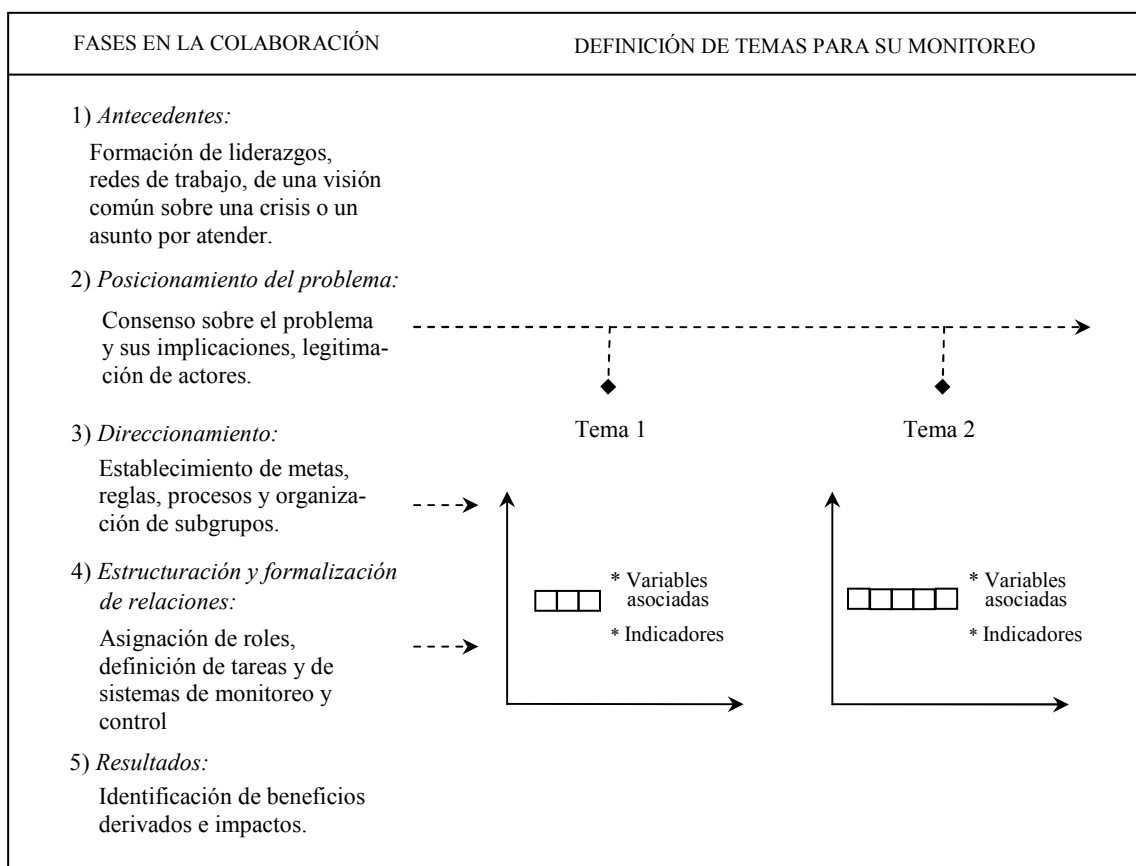
Fuente: Elaboración propia.

A partir de los elementos representados en la figura anterior y del esquema de trabajo colaborativo practicado, se reconoce que la gestión liderada por el Equipo Verde Huatulco A.C. tiene en la sostenibilidad y la gobernanza dos de sus basamentos.

La experiencia representado en la figura 5 podría ser utilizada como un referente para promover la selección y la gestión participativa de problemáticas vinculadas al desarrollo del destino entendido éste como espacio-geográfico y no sólo como espacio-producto.

La figura 6 muestra una aproximación a lo que podría ser un modelo general para trabajar sobre la gestión del destino.

Figura 6. Esquema para trabajar participativamente sobre la evolución del destino



Fuente: Elaboración propia a partir del modelo evolutivo del asociacionismo de Selin y Chavez (1995 citado en Okasaki, 2008) y del esquema de trabajo identificado en Bahías de Huatulco.

El esquema de gestión representado arriba se asocia a dos aspectos que suponen una diferenciación respecto a los modelos representados en las figuras 3 y 4, a saber:

- 1) La incorporación de diferentes variables para identificar y gestionar la evolución hacia metas definidas participativamente.
- 2) Un cambio de visión sobre el destino: de espacio-producto cuya evolución se mide mediante variables de oferta y demanda, a espacio-geográfico que evoluciona a partir de la influencia de múltiples intereses y variables vinculados a la sociedad.

Es necesario reconocer que el planteamiento de la figura 6 implica el reto de resolver tensiones asociadas con la participación comunitaria (Tosun, 2000), con la conceptualizaciones sobre el componente social de la sostenibilidad (visión liberal vs. visión socialdemócrata, véase De Geus, 1999; Dobson, 1999) y con la práctica de la gobernanza (enfoque normativo vs. enfoque instrumental, véase Velasco, 2008), ya que cada uno de esos tres aspectos inciden al momento de poner en marcha los procesos participativos para seleccionar temas, variables e indicadores vinculados a la evolución de los destinos. El abordaje de tales tensiones es un asunto pendiente que amerita un tratamiento específico en futuros trabajos. No obstante se asume que el abordaje desde ópticas social demócratas en cuanto a la sostenibilidad y el manejo de la visión instrumentales respecto a la gobernanza, permitirían renovar las ideas referentes a la gestión participativa/social en el turismo misma que se considera un componente necesario para asegurar la sostenibilidad (Butler, 1999:18)

Trabajar sobre esos temas podría significar el punto de partida para avanzar en la conceptualización y práctica de un modelo evolutivo de los destinos que guardase estrecha correspondencia con modelos vigentes que influyen en la gestión turística, entre ellos la sostenibilidad y la gobernanza.

4. CONCLUSIONES

Debido al papel que desempeñan los centros litorales dentro de la oferta turística nacional, se ha identificado como una necesidad de primer orden el evaluar la evolución de los destinos, lo cual supone la necesidad de reflexionar sobre los modelos más convenientes para realizar dicha tarea.

En correspondencia con lo antes dicho, en este trabajo se señala como posible vía para perfeccionar los modelos, el considerar que los destinos son espacios-geográficos y no sólo espacios-producto. A partir de esta idea, se planteó la posibilidad de considerar el tratamiento de distintas variables, complementarias entre sí y/o optativas.

De esa forma se ensayó el diagnóstico del ciclo de vida de Bahías de Huatulco a través de dos variables (el número de turistas y la ocupación). Tras la contrastación de los resultados obtenidos se advirtió que el manejo de ambas variables muestra similitudes en cuanto a sus capacidades y limitaciones para conceptualizar al destino y para definir su estado evolutivo.

A partir de esos hallazgos se identificó la necesidad de proponer modelos que, en el afán de evitar reduccionismos, permitan la participación social para definir variables clave en la

evolución de los destinos. La posibilidad de incorporar variables críticas según el sentir de los que habitan, experimentan y se desenvuelven en los destinos, permitiría asociar la evolución de los centros turísticos al concepto del espacio-geográfico (y no sólo del espacio-producto).

La discusión expuesta en este documento, la cual se reconoce inicial y habida de un mayor desarrollo teórico-metodológico, revela la necesidad y la oportunidad de incorporar el paradigma interpretativo en ciencias sociales en el estudio de la evolución de los destinos. Desarrollar y ensayar este tipo de propuestas supondría un ejercicio de gobernanza con vistas a hacer públicos los procesos “R” en los espacios turísticos (renovación, reinención, reorientación, reestructuración) que, frecuentemente, pierden de vista la acción sobre temas sociales. Ello permitiría revisar y redefinir desde los espacios donde se asienta la función turística el concepto de la evolución de los destinos.

5. REFERENCIAS CITADAS

- AGARWAL, S. (1997): “The Resort Cycle and Seaside Tourism: An Assessment of its Applicability and Validity”, *Tourism Management*, 18(2): 65-73.
- AGARWAL, S. (2002): “Restructuring Seaside Tourism. The Resort Lifecycle”, *Annals of Tourism Research*, 29(1): 25-55.
- AGARWAL, S. (2006): “Coastal Resort Restructuring and the TALC”, In BUTLER, R. (ed.). *The tourism Life Cycle. Vol. 2. Conceptual and Theoretical Issues*. Clevedon, Channel View, pp. 201-218.
- ARROYO, M. (1996): “Território, transição e futuro”, *Experimental*, 1(1): 77-85.
- BARBOSA, A. (2007): “Estudio comparativo de playas: Mazatlán, Acapulco, Cancún y Los Cabos (1970-2005)”, II Congreso Internacional de Investigación y Docencia. Universidad Autónoma de Durango.
- BENSENY, G. (2007): “El turismo en México. Apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral”, *Aportes y transferencias*, 11(2): 13-34.
- BLEYLEBEN VON, K. (1986): *Baedeker’s Mexico*, United Kingdom, Prentice Hall.
- BRINGAS, N. (1999): “Políticas de desarrollo turístico en dos zonas costeras del Pacífico mexicano”, *Región y Sociedad*, XI (17): 3-51.

- BUTLER, R. (1980): "The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources", In BUTLER, R. (ed.) (2006). *The Tourism Life Cycle*. Vol. 1. Applications and Modifications. Clevedon, Channel View.
- BUTLER, R. (1999): "Sustainable tourism: a state-of-the-art review", *Tourism Geographies*, 1(1):7-25.
- CALLIZO, J. (1989): "El espacio turístico de Chadeud, un entreverso teórico: del historicismo al materialismo dialéctico y el sistemismo behaviourista", *Geographicalia*, 26:37-44.
- CLEGG, A. and ESSEX, S. (2000): "Restructuring in Tourism: The Accommodation Sector in a Major British Coastal Resort", *International Journal of Tourism Research*, 2(2): 77-95.
- COHEN-HATTAB, K. and SHOVAL, N. (2004): "The Decline of Israel's Mediterranean Resorts: Life Cycle Change versus National Tourism Master Planning", *Tourism Geographies*, 6(1): 59-79.
- CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO (s/fa): Reporte de actividad hotelera. Cuartos ocupados extranjeros. México, Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos.
- CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO (s/fb: Canadá. Análisis de coyuntura. Temporada de Invierno (diciembre 2007 a febrero 2008), México, Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos.
- CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO (s/fc): Canadá. Análisis de coyuntura. Temporada de Invierno (diciembre 2007 a febrero 2008), México, Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos.
- CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO (s/fd): España. Análisis de coyuntura. Temporada de Invierno (diciembre 2007 a febrero 2008), México, Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos.
- CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO (s/fe): Estados Unidos. Análisis de coyuntura. Temporada de Invierno (diciembre 2007 a febrero 2008), México, Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos.
- CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO (s/ff): Francia. Análisis de coyuntura. Temporada de Invierno (diciembre 2007 a febrero 2008), México, Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos.

- CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO (s/fg): Reino Unido. Análisis de coyuntura. Temporada de Invierno (diciembre 2007 a febrero 2008), México, Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos.
- COOPER, C. (1994). "The Destination Life Cycle: an update". In Seaton, A. (ed.): *Tourism. The State of the Art*. Wiley, United Kingdom, pp. 340-346.
- DE GEUS, M. (1999). "Sostenibilidad y tradición liberal", *Revista Internacional de Filosofía Política*, 3: 21-39.
- DIARIO OFICIAL DE LA NACIÓN (1984): "Decreto Expropiatorio de la comunidad denominada Santa María Huatulco, municipio de Santa María Huatulco, Estado de Oaxaca". 29 de mayo.
- DOBSON, A. (1999). "El liberalismo y la política de la ecología", *Revista Internacional de Filosofía Política*, 3: 11-19.
- DOUGLAS, N. (1997): "Applying the Life Cycle Model to Melanesia", *Annals of Tourism Research*, 24(1):1-22.
- FELIPE OCHOA Y ASOCIADOS, S.C. (2003): Plan de Gran Visión de Desarrollo Sustentable Huatulco 2025. México, Documento interno del FONATUR.
- FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (1997): Estrategias de reposicionamiento del Desarrollo Huatulco, Oaxaca. México, Fondo Nacional de Fomento al Turismo.
- FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (1999): Los 25 años del Fondo Nacional de Fomento al Turismo. 1974-1999. México, UNAM/FONATUR.
- FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (2006): Planeación de centros turísticos. La experiencia del FONATUR. México, Fondo Nacional de Fomento al Turismo.
- FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (2009): Datos básicos Huatulco. México, Documento interno, Gerencia de Diseño de Planes de Desarrollo.
- GETZ, D. (1992): "Tourism Planning and Destination Life Cycle", *Annals of Tourism Research*, 19: 752-770.
- JIMÉNEZ, A. (1993): *Turismo. Desarrollo y Estructura*. México, McGraw Hill
- JOHNSTON, C. (2001): "Shoring the Foundations of the Destination Life Cycle Model, Part 1: Ontological and Epistemological Considerations", *Tourism Geographies*. 3(1): 2-28.

- LÓPEZ, V. M. (2010): La reorientación en los destinos litorales planificados. Caso de estudio: Bahías de Huatulco, Oaxaca (México). Proyecto fin de master. Universidad de Alicante.
- LÓPEZ, V. M. (2011): “La reorientación del ciclo de vida del área turística. El caso de Bahías de Huatulco, Oaxaca (México)”, *Investigaciones Turísticas*, 1(1): 107-121.
- MAGAÑA-CARILLO, I. (2009): “La política turística en México desde el modelo de la calidad total: un reto de competitividad”, *Economía, Sociedad y Territorio*, IX(30): 515-544.
- MONCADA, P. (2008): “Renovarse o morir, el desarrollo histórico de Cancún revisado a través del modelo de ciclo de vida del área turística de Butler”, *Boletín Turístico de Cancún*, 1 (1): 3-7.
- OKASAKI, E. (2008): “A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use”, *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5):511-528.
- PRIESTLEY, G. and MUNDET, LI. (1998): “The Post-Stagnation Phase of the Resort Cycle”, *Annals of Tourism Research*, 25(1):85-111.
- SANTAMARÍA, A. y BARBOSA, A. (2008): “Ciclo turístico en Mazatlán. Fase de exploración-involucramiento-desarrollo (1970). Estancamiento o crisis sistémica (1992-2004)”, *Topofilia*, 1(1). Disponible en: <http://topofilia.net/santamaria.html>
- SECRETARÍA DE TURISMO (2001): Programa Nacional de Turismo, 2001-2006. El turismo: la fuerza que nos une. México, Secretaría de Turismo.
- SECRETARÍA DE TURISMO (2007): Programa Sectorial de Turismo, 2007-2012. México, Secretaría de Turismo.
- SECRETARÍA DE TURISMO DE OAXACA (2010): Indicadores básicos de la actividad turística en el estado de Oaxaca, 2009. México, Secretaría de Turismo.
- SMITH, J. (2009): “Three Generations of International Tourist Resorts in Mexico”, *Geographische Rundschau International Edition*, 5(1): 4-10.
- TOSUN, C. (2000): “Limits to community participation in the tourism development process in developing countries”, *Tourism Management*, 21(6):613-633.
- VELASCO, M. (2008) “Gestión de destinos: ¿governabilidad del turismo o gobernanza del destino?”, XVII Simposio Internacional de Turismo y Ocio, España, ESADE/Universidad Ramón Lull.

VERA, F. (2004): “Desarrollo turístico y control del crecimiento: utilidades de la capacidad de carga” en Pardellas, X. (dir.): Potencial turístico de territorios periféricos, España, Universidad de Vigo, pp. 87-108.

VERA, F.; LÓPEZ, F.; MARCHENA, M. y ANTÓN, S. (1997): Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo. Madrid: Ariel.

VIRGEN, C. (2009): “El ciclo de vida de un destinos turístico: Puerto Vallarta, Jalisco, México”, *Cultur*, 3(1): 1-25.

NOTA:

El autor agradece las observaciones y recomendaciones hechas al primer borrador de este trabajo por parte del Comité Científico vinculado al Seminario Internacional RENOVESTUR.

EL CICLO DE VIDA DE DOS DESTINOS DE SOL Y PLAYA CONSOLIDADOS DEL SUR DE BRASIL: UN PRIMER ACERCAMIENTO A FLORIANÓPOLIS Y BALNEARIO CAMBORIÚ¹.

Autores:
Jennifer Caroline Soares²
Jose Manoel Gandara³

RESUMEN

Florianópolis y Balneario Camboriú son los dos principales destinos turísticos de sol y playa del sur de Brasil, con gran oferta de atractivos, equipamientos y servicios, y reconocidos como polos turísticos consolidados que atraen importantes flujos nacionales e internacionales. Aunque los dos destinos se consideren consolidados es necesario analizar en qué fase del ciclo de vida están para que puedan implementar medidas adecuadas de renovación. El objetivo de este trabajo consiste en presentar un análisis del ciclo de vida de dichos destinos, con la intención de identificar la evolución de ambos y compararlos. Como metodología, en primer lugar se realizó una investigación bibliográfica para identificar indicadores adicionales al modelo tradicional de análisis del ciclo de vida de los destinos; posteriormente, a través de una investigación documental, se han obtenido los datos de los destinos en publicaciones de organismos oficiales del Estado de Santa Catarina y brasileños. Las principales conclusiones del análisis del número de turistas se pudo observar que el Balneario Camboriú parece haber alcanzado la fase de estancamiento, mientras que Florianópolis parece estar en la fase de consolidación. En relación a los indicadores adicionales: ambos tienen como principal mercado emisor internacional Argentina, pero a la vez se está consolidando el mercado nacional; no se observa la dependencia de turoperadores; es problema principal es la gran presencia de turismo residencial en ambos, más acentuado en Balneario Camboriú; como también la gran dependencia económica de la actividad turística que existe en Balneario Camboriú. La relevancia o principal contribución de este estudio en relación a los anteriores, radica en los dos siguientes aspectos: primero, realizar una comparación entre dos destinos consolidados que comparten muchas características y que están sujetos a las mismas fuerzas externas; y segundo, un análisis del ciclo de vida basado en los conceptos relacionados al modelo de Butler, pero utilizando además otros indicadores

¹ El presente trabajo se enmarca en el proyecto de investigación CSO-00613 MICINN, Plan Nacional de I+D+I, sobre Renovación de los destinos turísticos consolidados del litoral (RENOVESTUR), que se lleva a cabo por el Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante.

² Doctoranda en Dirección y Planificación en Turismo por la Universidad de Alicante – España
Contacto: jenni_caroline@yahoo.com.br

³ Profesor e investigador del departamento de turismo y del máster – Doctorado en geografía de la Universidade Federal do Paraná – Brasil
Contacto:jmggandara@yahoo.com.br

complementarios identificados en la discusión teórica. **Palabras Clave:** ciclo de vida; destinos turísticos de sol y playa consolidados; Balneario Camboriú; Florianópolis; sur de Brasil.

ABSTRACT

Balneario Camboriú and Florianopolis are the two main sun and beach tourist destinations in southern Brazil. They both have a wide range of attractions, facilities and services and they are recognized as a consolidated tourist destination that attracts a high flow of national and international tourists. Although the two destinations have been consolidated, it is necessary to analyze at what stage of the life cycle appropriate renovation measures can be implemented. The aim of this paper is to present a life cycle analysis of these destinations, with the intention of identifying their evolution and to compare both of them. As a methodology, we first conducted a bibliographic research to identify additional indicators to the traditional model of life cycle analysis of the destinations, subsequently, through a documentary research; data was obtained from destinations in publications of official bodies of the state of Santa Catarina and Brazil. The main conclusion of the analysis of the number of tourists is that Camboriú seems to have reached a stagnation phase, while Florianopolis seems to be in the consolidation phase. In relation to the additional indicators: both have as their main international source market Argentina, but is consolidating the domestic market; the problem of dependence on tour operators is not observed; the main problem is the large presence of residential tourism in both areas, more concentrated in Balneario Camboriú; as well as the economic dependence on tourism that exists in Balneario Camboriú. The main significance or contribution of this study with regards to the above, lies in two things: first, to make a comparison between two consolidated destinations that share many characteristics and are subjected to the same external forces; and second, a life cycle analysis based on concepts related to the model of Butler, but also using complementary indicators identified in theoretical discussion. Key Words: lifecycle; consolidated sun and beach tourist destinations; Balneario Camboriú; Florianopolis; southern Brazil.

1. INTRODUCCIÓN

A nivel regional Brasil es uno de los principales destinos de playa en Sudamérica. Sin embargo, en el ámbito de la planificación de la actividad turística, son recientes los esfuerzos realizados. El Ministerio de Turismo de Brasil fue creado en el año 2003 y solamente a partir de la creación Ministerio se instituyó el Plan Nacional de Turismo. Dentro del Plan está el Programa Nacional

de Regionalización del turismo que prevé la descentralización de la actividad e inicialmente eligió 65 inductores del desarrollo turístico. En el estado de Santa Catarina los dos destinos inductores de litoral elegidos son Balneario Camboriú y Florianópolis, los principales destinos litorales del sur de Brasil. Los dos destinos son clasificados regionalmente como Polos Turísticos, definiéndolos como: *“cidades cujo fluxo turístico está consolidado e que apresentam atrativos de grande importância, com atração de fluxos internacionais e grande oferta de equipamentos e serviços turísticos”* (PRODETUR SUL, 2003).

Butler, en 1980, publicó el modelo de ciclo de vida de los destinos en donde supone que los destinos siguen un ciclo de crecimiento hasta la consolidación y posterior estancamiento, que pueden ser seguidos por el declive o por el rejuvenecimiento, según las medidas de planificación implementadas. En el contexto de este estudio, el problema de investigación reside en que aunque Balneario Camboriú y Florianópolis se consideren como consolidados es importante analizar exactamente en qué fase del ciclo de vida se encuentran para que se puedan implementar medidas de rejuvenecimiento.

Justifica la investigación el hecho de que son destinos con evidentes muestras de saturación, se desarrollan en medio de un contexto regional caracterizado por un intenso desenvolvimiento turístico que supone dos posibilidades: una posible complementariedad con el resto de la oferta, siempre y cuando, se valore la situación de los destinos y se identifiquen sus oportunidades, o bien, el riesgo de perder cuota de mercado o posicionamiento ante la presencia de destinos más novedosos.

Por lo anteriormente expuesto, el objetivo de este trabajo consiste en presentar un análisis del ciclo de vida de los destinos turísticos Florianópolis y Balneario Camboriú ubicados en la costa de Santa Catarina, sur de Brasil, con la intención de identificar la evolución particular de cada destino y así poder comparar ambos casos desde la perspectiva del modelo teórico de Richard Butler (1980) aliado a algunos indicadores identificados en la discusión teórica.

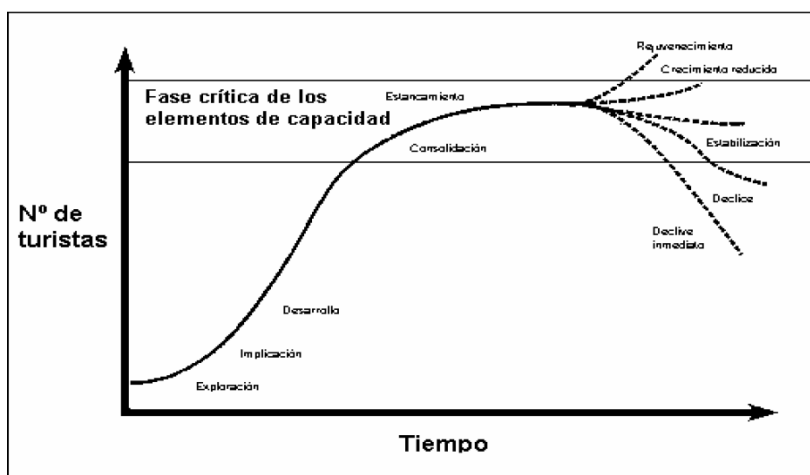
Los dos destinos están ubicados en el mismo contexto regional y comparten algunas características importantes como el desarrollo del turismo de sol y playa, el mismo clima, una gran concentración hotelera, la misma ubicación relativa, la prevalencia del mercado nacional y la concentración del mercado internacional en el mismo mercado emisor. Por lo tanto el análisis permite minimizar los factores externos y visualizar de manera más clara las diferencias internas que influyen en la evolución, ya que los dos están sujetos a las mismas fuerzas externas y a la vez parecen seguir ciclos de vida diferentes

El trabajo se divide en cuatro partes: en la primera se expone brevemente la teoría del ciclo de vida, y se identifican indicadores adicionales al modelo original. La segunda presenta una descripción general de los destinos en cuanto a sus características, oferta y demanda. La tercera sección muestra el ciclo de vida seguido por Florianópolis y Balneario Camboriú de acuerdo con el número de turistas que señalan los datos a partir de los años ochenta (1986). La comparación se complementa con el análisis de datos: de los principales mercados emisores; de la utilización de agencias de viaje; de las características económicas de los destinos; y datos del turismo residencial. Finalmente se presenta algunas conclusiones derivadas del estudio.

2. EL CICLO DE VIDA DEL ÁREA TURÍSTICA

Uno de los modelos más utilizados para analizar la evolución de los destinos es La Teoría del Ciclo de Vida de Butler (1980), CVDT o TALC, por sus siglas en inglés, que se basa en la teoría de Vernon (1966) sobre el ciclo de vida del producto en el comercio internacional, entre otras influencias. La teoría del Ciclo de Vida de Butler (1980) explica la trayectoria de crecimiento de los destinos turísticos en la cual ha definido distintas fases: el descubrimiento, el inicio, el desarrollo, la consolidación y el estancamiento seguidos del declive o del rejuvenecimiento. Las fases fueron representadas por Butler (1980) en el siguiente gráfico:

Figura 1 - El ciclo de vida del área turística de Butler



Fuente: Butler (1980).

El modelo presentado en la figura 1, describe la evolución del destino desde una fase inicial de descubrimiento, entrando en una fase en la cual aumenta el interés de los visitantes y hay un incremento en infraestructura orientada al turismo, hasta convertirse en un destino de masas con sus consecuentes problemas económicos, sociales y medioambientales. Según las características de cada fase, destacadas, es en la fase de desarrollo que hay un cambio en la naturaleza de la actividad, dando inicio al turismo de masas. La tasa de crecimiento del número de turistas es positiva hasta la fase de desarrollo, y cuando el destino entra en la fase de estancamiento la tasa de crecimiento disminuye, aunque el número total siga aumentando. Ya en la fase de estancamiento se supone que el destino ya alcanzó el mayor número de turistas. Posteriormente al estancamiento pueden ocurrir cinco situaciones cuyos extremos son el declive o el rejuvenecimiento, de acuerdo con la calidad de los recursos y de la previsión de los planificadores turísticos. Sin embargo, pueden ocurrir desviaciones del ciclo, debido a la aparición de ciertas variables.

Conforme se expone a lo largo del trabajo, los destinos estudiados ya son destinos maduros que han pasado de la fase de desarrollo. Para una mejor comprensión de esas fases más avanzadas se exponen en la siguiente tabla las características de la fase de consolidación y estancamiento:

Tabla 1 - Características de las fases de consolidación y estancamiento del área turística de Butler (1980)

Fase	Características
Consolidación	<ul style="list-style-type: none"> -disminuye la tasa de crecimiento de visitantes, aunque el número total de turistas siga aumentando; -el número total de visitantes supera el número de residentes; -la mayor parte de la economía local esta vinculada al turismo; -el marketing y la publicidad serán de amplio alcance, así como los esfuerzos para aumentar la temporada de visitantes y el área de mercado; -estarán representadas grandes compañías de franquicias y de la industria del turismo; -el gran número de turistas y de facilidades pueden despertar la oposición y el malestar de la población local, principalmente en los que no están de algún modo en la actividad turística, pero que sufren alguna privación o restricción en sus actividades.
Estancamiento	<ul style="list-style-type: none"> -habrá sido alcanzado el mayor número de visitantes, la capacidad de carga de diversas variables habrá sido alcanzada o ultrapasada, con problemas ambientales, sociales y económicos; -habrá una gran dependencia de las visitas repetidas, de convenciones y similares formas de tráfico. - ocurrirá un superávit en el número de camas disponibles, y serán necesarios grandes esfuerzos para mantener el nivel de visitación; -las atracciones naturales y culturales probablemente habrán sido sustituidas por atracciones artificiales; -la imagen del destino se aleja de su entorno geográfico; -el destino tiene una imagen bien establecida, pero ya no de moda;

Fase	Características
	-el nuevo desarrollo será periférico a las zonas turísticas y las propiedades están propensas a experimentar frecuentes cambios en la titularidad.

Fuente: elaborado a partir de Butler (1980)

Algunas importantes aportaciones al modelo fueron hechas por Agarwal (2002), que sugiere que el declive sería ocasionado por la interacción de fuerzas internas y externas al destino. Algunos autores identifican factores externos que influyen en el ciclo de vida, tales como: problemas económicos internacionales o en el mercado emisor, cambios en los gustos de los consumidores (Virgen Aguilar, 2009), cambios en la demanda (ej. turistas no repetitivos, mercado potencial alcanzado) (Lundtorp y Wanhill, 2001), guerras (Lundtorp y Wanhill, 2001, Douglas, 1997), aumento de la competencia (Lundtorp y Wanhill, 2001), desastres naturales (Douglas, 1997), entre otros.

Otra aportación importante al modelo hecha también por Agarwal, es que sugiere que los destinos no tienen necesariamente que entrar en declive, y argumenta que hay intentos positivos con el objetivo de rejuvenecer los destinos, y por lo tanto entre las fases de estancamiento y post-estancamiento debería agregarse una fase de reorientación, donde son realizados esfuerzos para reestructurar el mercado (Agarwal, 1994). En ese sentido se evidencia la importancia de la planificación y de las medidas que serán implementadas para que el destino pueda extender su ciclo de vida. Esa idea evidencia la necesidad de identificar la fase del ciclo en que los destinos se encuentran para que se puedan adoptar las medidas adecuadas de renovación para los destinos.

En 2006, Butler editó dos libros sobre el Ciclo de vida de los destinos turísticos. En el primer volumen Lagiewski ha hecho una revisión de la literatura de aplicación del modelo (aspectos testados, métodos, énfasis especiales y resultados), con trabajos entre los años 1980 y 2002. El segundo libro trata sobre las cuestiones conceptuales y teóricas del modelo.

De acuerdo con el modelo de Butler (1980) el declive está relacionado con la masificación y superación de la capacidad de carga, y así uno de los mayores indicadores del ciclo de vida es el número de turistas. No obstante, muchos autores que analizaran el ciclo de vida de los destinos usando como referencia el propio modelo de Butler, identificaron otras variables que pueden influir en el ciclo, y/o otros indicadores del declive. Por lo anterior, consideramos que no se puede determinar que un destino esta declive por la disminución del número de turistas, pero que el declive sería un proceso en donde hay una disminución de los beneficios económicos y aumento de problemas ambientales y sociales (Soares y Gandara, 2010b). Hemos analizado estudios que aplicaron el modelo a destino litorales, y se identificaron algunos factores que

influyen en el ciclo de vida, algunos más subjetivos como la valoración de los diferentes turistas y el grado de conocimiento del destino (Marrero Rodríguez, y Santana Turégano, 2008), la oposición de la población local, pérdida de calidad, la planificación (Oreja Rodríguez, Parra-López y Yanes-Estévez, 2008); la competitividad de las empresas (Claver-Cortés, et.al., 2007) el deterioro ambiental, la masificación y problemas de infraestructura (Aguiló, Alegre, y Sard, 2005), entre otros.

También se identificaron otros factores que influyen en el ciclo de vida que pueden ser indicadores más objetivos, más fácilmente cuantificables, como el aumento del turismo residencial (Virgen Aguilar, 2009 y Strapp, 1988) la dependencia de un mercado emisor (Marrero Rodríguez, y Santana Turégano, 2008, Cooper y Jackson, 1989 *apud* Lagiewski, 2006) la dependencia de tour operadores (Marrero Rodríguez, y Santana Turégano, 2008, Knowles y Curtis, 1999, Ioannides, 1992) y la monocultura del turismo (Knowles y Curtis, 1999), que se exponen en la siguiente tabla:

Tabla 2: Factores objetivos que influyen en el ciclo de vida de destinos litorales

Autor	Factor que influye en el ciclo de vida	Principales conclusiones relacionadas
Virgen Aguilar (2009), Strapp (1988)	Aumento del turismo residencial	El turismo residencial influye en el ciclo de vida. El aumento del turismo residencial agota el suelo disponible y atrae una demanda con escaso efecto multiplicador en la economía.
Knowles y Curtis (1999)	Dependencia económica del turismo	La mono cultura del turismo genera consecuencias más dramáticas a la economía local en caso de un declive de la actividad.
Marrero Rodríguez y Santana Turégano (2008), Cooper y Jackson, (1989 <i>apud</i> Lagiewski 2006)	Dependencia de un mercado emisor	La dependencia en un mercado afecta al ciclo de vida del destino. Concentración en pocos mercados emisores hacen que el destino sea más dependiente y más vulnerable a los bajos precios.
Knowles y Curtis (1999), Marrero Rodríguez y Santana Turégano (2008), Ioannides (1992)	Dependencia de intermediarios	La dependencia de intermediarios genera bajos precios, estandarización y pérdida de calidad. Muchas veces faltan acciones coyuntas para negociar precios.

Fuente: elaboración propia a partir de: Virgen Aguilar (2009); Marrero Rodríguez, y Santana Turégano (2008); Knowles y Curtis (1999); Ioannides (1992); Cooper y Jackson (1989 *apud* Lagiewski 2006); Strapp (1988).

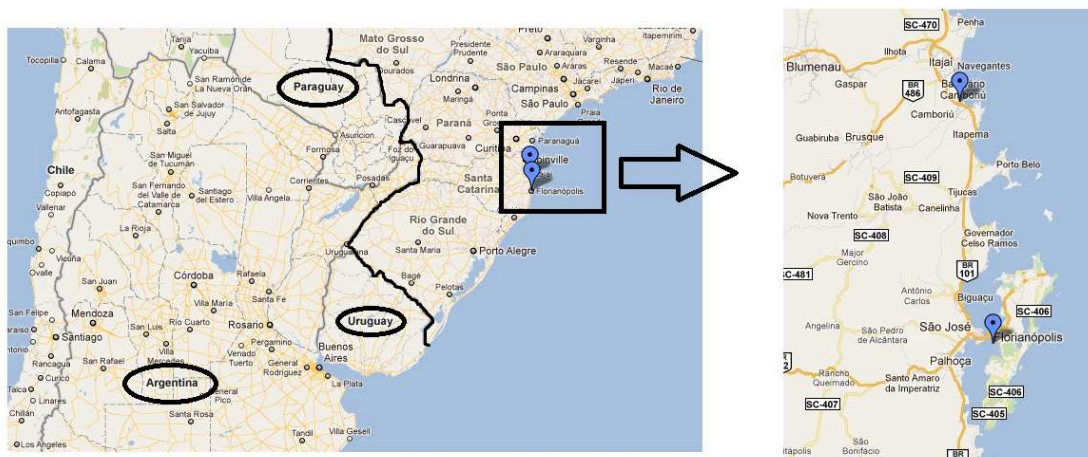
Es importante resaltar que el presente estudio no tiene por objetivo discutir o verificar la aplicabilidad del modelo. Lo que se propone es analizar los destinos de Florianópolis y Balneario Camboriú utilizando los conceptos relacionados al modelo de Butler (número de turistas y masificación) aliados a indicadores objetivos que pueden ser cuantificados, que fueron identificados en la discusión teórica: aumento del turismo residencial, dependencia económica

del turismo, la dependencia de un mercado emisor y la dependencia de intermediarios (agencias de viaje)

3. CARACTERIZACIÓN DE BALNEARIO CAMBORIÚ Y FLORIANÓPOLIS

Ambos municipios están ubicados en la región sur de Brasil, en el litoral de Santa Catarina. Balneario Camboriú se encuentra en el litoral norte del estado y Florianópolis en el litoral centro, a una distancia de 70 kilómetros entre uno y otro. Cabe destacar que Florianópolis es la capital del estado de Santa Catarina y posee la mayor parte de su territorio (97,3%) ubicado en una isla, pero prácticamente pegada a la costa, a la cual está conectada por tres puentes. Los municipios poseen una ubicación privilegiada en relación al acceso tanto de los principales polos emisores brasileños como de los países del Mercosur.

Mapa 1: Ubicación de Florianópolis y Balneario Camboriú



Fuente: google maps

La región sur de Brasil es la más fría del país, con un clima templado, por lo tanto presenta las cuatro estaciones bien definidas, con bajas temperaturas en invierno. Ambos destinos tienen el desarrollo turístico basado en el sol y playa, por esto poseen una marcada estacionalidad debido a las propias características climáticas.

Según datos del último censo Balneario Camboriú actualmente posee 106.220 habitantes, que en su totalidad es urbana. En el censo anterior, en el año 2000, balneario tenía una población de 73.455 (IBGE, 2010c). En los 10 años se registró un crecimiento de aproximadamente 44,6%. El municipio posee un área de 46 Km² y la densidad poblacional es de aproximadamente 2.309 habitantes por Km². Florianópolis posee 404.224 habitantes en donde aproximadamente un 96%

es urbana. En 2000 poseía 342.315 habitantes (IBGE, 2010c). Por lo tanto un crecimiento de aproximadamente 18%. Posee un área de 671,58Km² y la densidad poblacional es muy inferior a la de Balneario Camboriú, con aproximadamente 601 habitantes por Km². Balneario Camboriú por su pequeña extensión territorial, aunque cuente con una población menor, presenta una elevadísima densidad poblacional que sumada al gran número de turistas principalmente en alta temporada y festivos, genera una fuerte masificación en casi todo el municipio; en Florianópolis esto ocurre solamente en algunas áreas. También se ha podido identificar que la tasa de crecimiento poblacional en los últimos años ha sido muy superior en Balneario Camboriú.

En relación a los atractivos, Florianópolis posee 100 playas, cerros cubiertos por la mata atlántica, islas, restingas, dunas, lagos y manglares. Aproximadamente un 45% de la isla es área de preservación permanente. Además de las playas Florianópolis también posee muchos atractivos histórico-culturales, iglesias, fuertes construidos en el siglo XVIII, museos y otras construcciones históricas (Santa Catarina Brasil, 2009). En relación a sus playas hay una gran diversidad, con playas más urbanizadas y otras con poca ocupación o totalmente preservadas. Posee una playa con la certificación de la bandera azul, la playa de Jurerê Internacional que cuenta con grandes casas de lujo.

Balneario Camboriú posee 10 playas, de las cuales 6 son agrestes y más preservadas. Una de las playas agrestes es una playa de naturismo, la Playa do Pinho, una de las pocas en que este tipo de turismo está permitido en Brasil. La playa principal es la playa central, que está totalmente urbanizada en altura. Posee infraestructura, paseos, quioscos, diversos restaurantes y bares. Cuenta con equipamientos turísticos como el Parque Unipraias, el Cristo Luz y la Marina Tedesco (SECTURBC, 2011).

Esto permite identificar una mayor dependencia del turismo de sol y playa urbano en Balneario Camboriú, incluso con relación a oferta de vida nocturna, mientras la oferta de Florianópolis es más diversificada.

De acuerdo con análisis periódicos de la calidad del agua, realizada por la FATMA, Fundación del Medio Ambiente del Estado de Santa Catarina (disponible en www.fatma.sc.gov.br), ambos destinos poseen playas en que se han detectado puntos con aguas inapropiadas para el baño en algunos periodos. Sin embargo, debido a las características de cada destino este problema afecta más a Balneario Camboriú que posee su desarrollo turístico basado principalmente sobre la playa central (la que presenta mayores problemas). Por otro lado Florianópolis posee un desarrollo turístico mas distribuido entre su territorio, que fue direccionado principalmente a las diversas playas del norte de la isla, en donde se centra la mayor parte de la infra estructura

(Ávila, Gandara, Haro y Haro, 2006). El problema de contaminación puede ser atribuido principalmente a problemas en el tratamiento de aguas residuales. Florianópolis posee 48% de las residencias conectadas al sistema de colecta de aguas residuales, mientras Balneario posee un 83%. Así mismo hay que considerar que el índice es superior a la media del estado de Santa Catarina que es solamente de 19,50% (Borchardt, 2003). Como se pudo identificar, Balneario Camboriú cuenta con un índice de tratamiento de aguas residuales muy superior a Florianópolis y a Santa Catarina como un todo. Sin embargo, Balneario Camboriú comparte la misma hoya hidrográfica con el municipio vecino de Camboriú que no posee tratamiento de aguas residuales, lo que genera una importante contaminación de las aguas de la playa central de Balneario Camboriú.

El PIB (Producto interno bruto) per cápita de Balneario Camboriú es de R\$ 14. 541, 29; que es inferior al de la capital Florianópolis que es de R\$ 20 184,09; inferior también a la media PIB per cápita del Estado que es de R\$ 20 368,64 y de Brasil que es de R\$15 989,77 (IBGE, 2008b).

En relación a indicadores de calidad de vida, ambos municipios poseen un Índice de Desarrollo Humano Municipal - IDH⁴ elevado, superior a la media del país. El IDH-M de Florianópolis es de 0,875 el 4º mayor de Brasil y de Balneario Camboriú es de 0,867 el 7º de Brasil (PNUD, 2000). El índice general de Brasil en el mismo año fue de 0,6449 (PNUD, 2010). En el tema de la pobreza, los dos destinos poseen indicadores más positivos que la media del estado de Santa Catarina: en Florianópolis un 18% de la población es pobre, en Balneario Camboriú un 19,7% y la media del estado de Santa Catarina es de un 32,7% (IBGE, 2000 *apud* Borchardt, 2003).

4. ANALISIS DEL CICLO DE VIDA DE BALNEARIO CAMBORIÚ Y FLORIANÓPOLIS.

En el presente apartado se analizan los datos referentes a los dos destinos según los indicadores identificados en la discusión teórica. Los datos fueron obtenidos en organismos oficiales brasileños y del estado de Santa Catarina. Para que se pueda comparar un mismo indicador entre los destinos, se utiliza la misma fuente, garantizando una metodología equivalente. En relación a los datos de turismo del Estado se utilizan datos de la SANTUR (Santa Catarina Turismo S.A.). Fueron encontrados datos del número de turistas de los destinos a partir de 1986. Se trata del número de turistas en los meses de enero y febrero. Se han excluido los datos del año 1989 y

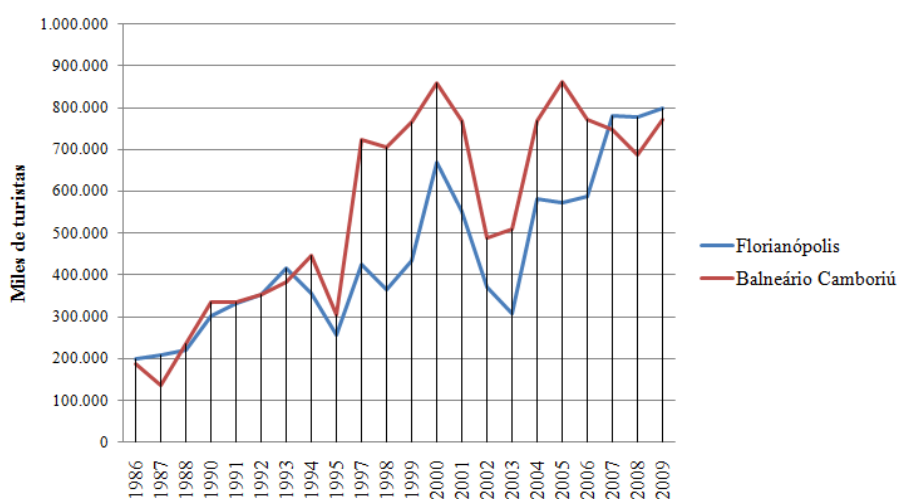
⁴ El IDH considera la educación, la renta y la longevidad. En la educación considera la tasa de alfabetización de las personas mayores de 15 años y la tasa de matrícula; en la longevidad considera la esperanza de vida al nacer; y en la renta considera la renta per cápita. El índice varía de 0 (ningún desarrollo humano) hasta 1 (desarrollo total). Hasta 0,499 se considera bajo; entre 0,500 e 0,799 se considera medio; y con IDH mayor que 0,800 se considera alto.

1996, ya que no estaban disponibles para los dos destinos. Los datos de 2009 de ambos destinos son estimaciones de la SANTUR, y en esa estimación se calcula el número total de turistas, pero no el número según mercado emisor. Los demás datos obtenidos a partir del estudio de la SANTUR también son referentes a los meses de enero y febrero.

4.1 Número de Turistas

Según el gráfico de la evolución del número total de turistas, se puede observar que los dos destinos siguen una trayectoria similar a partir de 1986 hasta 1995. A partir de 1997 Balneario Camboriú presenta un fuerte crecimiento superando Florianópolis en el número de turistas hasta el año 2007 cuando Florianópolis supera a Balneario Camboriú.

Gráfico 1: Evolución del número total de turistas en Balneario Camboriú y en Florianópolis – 1986/2009*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la SANTUR / Datos de enero y febrero
*excepto 1989 y 1996 encuesta no realizada; 2009 son estimaciones de la SANTUR

Es interesante observar que a pesar de elevaciones y disminuciones puntuales, que generalmente ocurren en el mismo periodo en los dos destinos, la visualización de los datos demuestra una dinámica diferente de crecimiento. Excluyendo los años de disminución, si se dibuja una línea de crecimiento, según el modelo original de Butler, Balneario Camboriú tiene los mayores números en los años 2000 y 2006 que hace suponer un estancamiento o un declive de la actividad. Florianópolis no parece haber alcanzado el mayor número de turistas, en donde el mayor número se registra en 2007 y 2009. Florianópolis parece estar en la fase de consolidación, con el mercado en crecimiento aunque a una tasa menor. Es importante mencionar que, según estudio anterior realizado en el destino, aunque se pueda considerar que

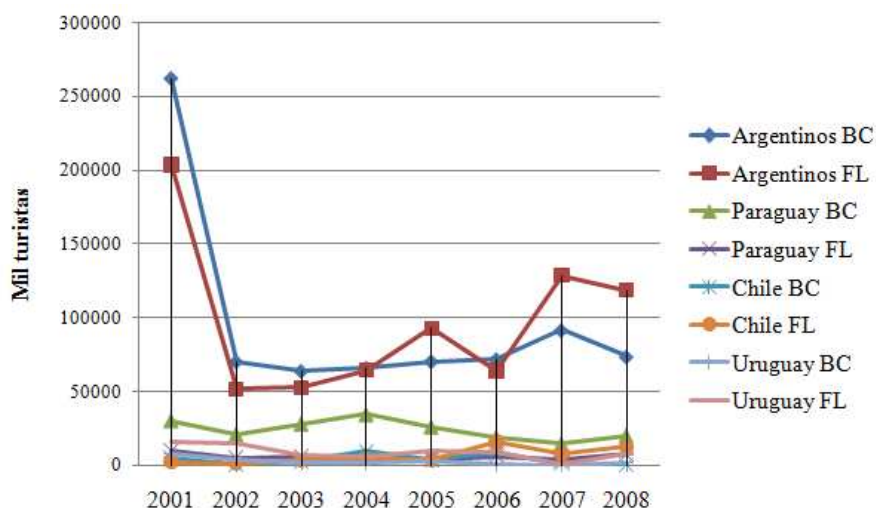
Florianópolis está en fase de consolidación, ya se presentan serios problemas relacionados a la degradación del medio ambiente, a la superación de la capacidad de carga, a la falta de infraestructuras, al crecimiento excesivo de la urbanización y a la estacionalidad, problemas que a largo plazo pueden comprometer el futuro del destino (Soares y Gandara, 2010a).

Con el análisis de los datos de número de turistas y principal mercado emisor, fue posible observar que Balneario Camboriú ha tenido un desarrollo con un mayor número de turistas que Florianópolis a pesar de su pequeña extensión territorial. A pesar de la masificación está presente en ambos destinos, es más acentuado en balneario que parece haber alcanzado la fase de estancamiento si se analiza el total de turistas.

4.2 Principales mercados emisores

Debido a la ubicación geográfica, los dos destinos tienen como principales países emisores de turistas los países del Mercosur, en donde el principal emisor para los dos destinos es Argentina. Los dos destinos presentan un comportamiento similar de la variación de la demanda argentina, sin embargo, hasta el año 2006 Balneario Camboriú recibía un mayor número de turistas Argentinos y a partir de 2007 Florianópolis le supera.

Grafico 2: Número de turistas según mercado emisor en Balneario Camboriú (BC) y Florianópolis (FL) – 2001/2008

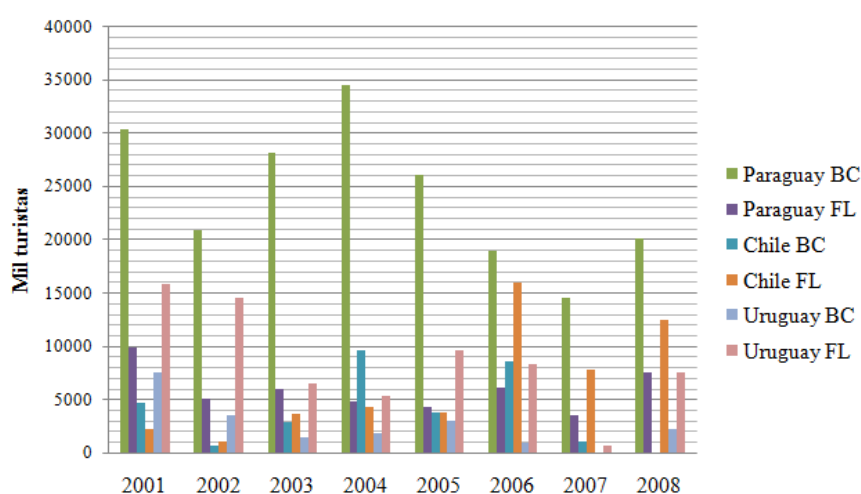


Fuente: elaboración propia a partir de datos de la SANTUR / Datos de enero y febrero

Florianópolis y Balneario Camboriú están entre los principales destinos visitados por turistas Argentinos que visitan Brasil por motivos de ocio. De 2004 hasta 2007, el primero fue

Florianópolis y el segundo Balneario Camboriú. En 2008 y 2009, Foz do Iguazú supera a Balneario Camboriú que asume el segundo puesto para el mercado argentino. En el análisis general, de todos los mercados emisores internacionales que visitan Brasil por motivos de ocio, Florianópolis está clasificada entre los 5 primeros, después de Rio de Janeiro, Foz do Iguazú, São Paulo y Búzios (MTUR, 2010). Con lo expuesto anteriormente, y con el análisis del gráfico anterior se puede concluir que Balneario Camboriú está perdiendo cuota del mercado Argentino, y la disminución no se atribuye a problemas coyunturales en el mercado emisor, ya que aumentó el número de argentinos en otros destinos.

Grafico 3: Principales mercados emisores en Balneario Camboriú (BC) y Florianópolis (FL) (excluyendo Argentina) – 2001/2008



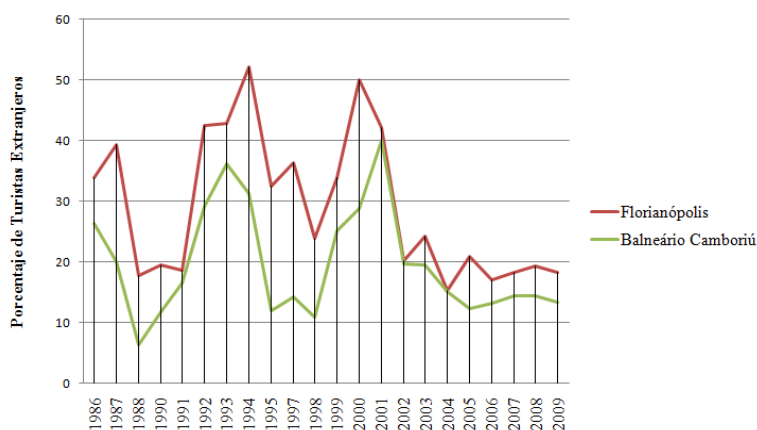
Fuente: elaboración propia a partir de datos de la SANTUR / Datos de enero y febrero

Con relación a los demás mercados emisores internacionales, se puede observar que Balneario Camboriú supera a Florianópolis solo en número de turistas provenientes del Paraguay, mercado que parece presentar una tendencia a disminución. El mercado chileno era superior en Balneario Camboriú hasta 2005, y el mercado uruguayo siempre fue superior en Florianópolis.

En general Florianópolis posee un mayor porcentaje de turistas extranjeros sobre el total, sin embargo los dos destinos presentan una tendencia a la disminución y la representatividad del turismo extranjeros que llegó a 52% en Florianópolis (en 1994) y 40% en Balneario Camboriú (en 2001) actualmente representan menos de 20% en ambos destinos (18% en Florianópolis y 13% en Balneario Camboriú) y la disminución de este fue compensada por un aumento en el turismo nacional. Cuando se analiza solamente el mercado internacional, hay una cierta

dependencia de un único mercado emisor (Argentina) que representa 75% de los extranjeros en Balneario Camboriú y 79% en Florianópolis (datos del 2008).

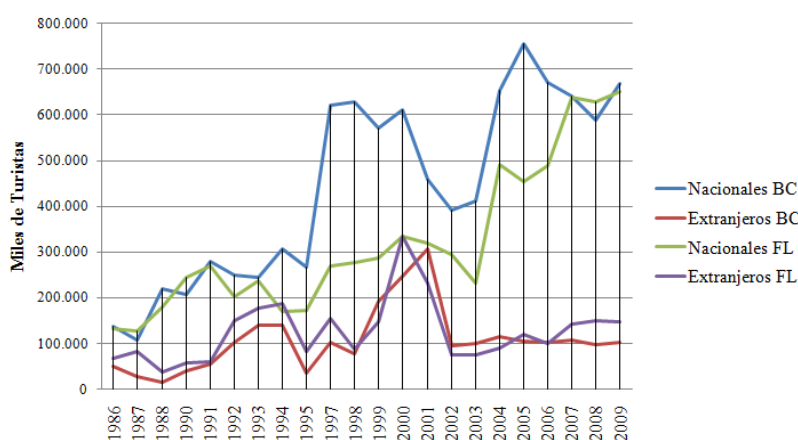
Grafico 4: Porcentaje de Turistas Extranjeros sobre el total en Florianópolis y en Balneario Camboriú – 1986/2009*



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la SANTUR / Datos de enero y febrero *excepto 1989 y 1996 encuesta no realizada; *2009 son estimaciones SANTUR

Si se analiza la evolución de los distintos mercados nacionales y extranjeros, se pueden visualizar comportamientos distintos. En ambos destinos predomina el mercado nacional que presenta una tendencia al crecimiento en ambos destinos. Sin embargo, si se analiza la evolución del número de turistas extranjeros Florianópolis supera a Balneario en casi todo el periodo y se puede observar un estancamiento en ambos destinos. Aunque Florianópolis parece presentar tendencias a una recuperación. Lo que no ocurre en Balneario Camboriú.

Grafico 5: Evolución del número de turistas nacionales y extranjeros en Balneario Camboriú (BC) y Florianópolis (FL) – 1986/2009*

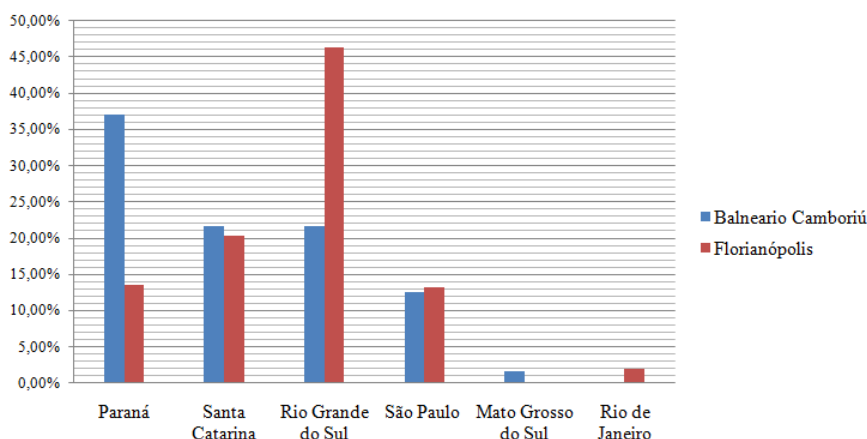


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la SANTUR / Datos de enero y febrero *excepto 1989 y 1996 encuesta no realizada; *2009 son estimaciones de la SANTUR

Si se relacionan los periodos de disminución a hechos coyunturales, podemos observar que 1989 argentina pasaba por una inestabilidad política y económica, en 1991 ocurrió la “dolarización” de la economía, en 1995 el país sufre una recesión y en 2002 vuelve a tener una crisis económica. Brasil también paso por crisis políticas y económicas en 1990 con la implementación del Plan Collor, en 91 y 92 la desvalorización del cruzeiro. En 1995 se instaura el real y en 1999 la moneda es devaluada lo que puede explicar el incremento de la demanda argentina en el siguiente año.

En relación a los mercados nacionales, ambos destinos reciben principalmente turistas del estado de Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul y Sao Paulo. Las principales diferencias son que los de Paraná son más representativos en Balneario, mientras los de Rio Grande están mas presentes en Florianópolis. Además Mato Grosso es el cuarto mayor mercado en Balneario Camboriú, mientras en Florianópolis es Rio de Janeiro. Ambos destinos poseen una buena diversificación del mercado nacional.

Grafico 6: Principales mercados nacionales en Balneario Camboriú y Florianópolis – 2008 (Porcentajes)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la SANTUR / Datos de enero y febrero

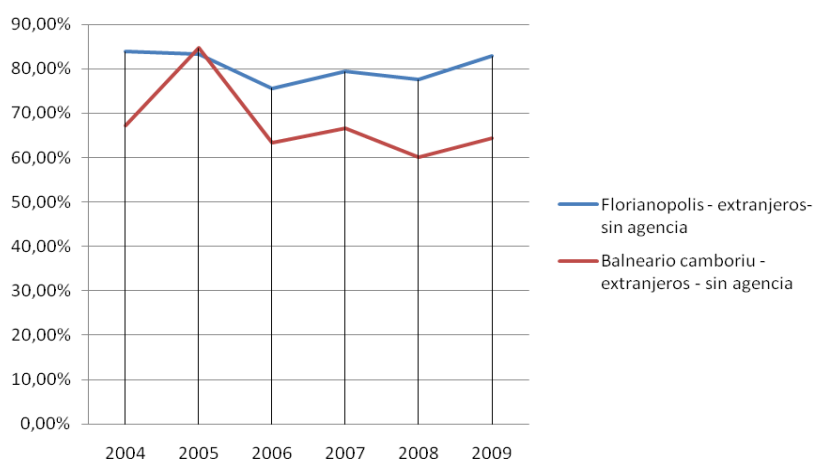
Con relación a la dependencia de un mercado emisor, se nota que en cuanto al turismo extranjero ambos destinos son dependientes de los turistas provenientes de Argentina, sin embargo cada vez más disminuye la representatividad del turismo extranjero sobre el total de turistas y se está consolidando el mercado nacional, lo que hace que el destino este menos vulnerable a efectos de la coyuntura económica del país emisor. Cuando se analiza el mercado nacional este es bien diversificado, siendo los principales mercados emisores los estados más cercanos a los destinos. Es importante mencionar que en el pasado ambos destinos presentaban una dependencia representativa del turismo Argentino, y que fue compensada por el turismo

nacional. Así mismo, se analiza la importancia del mercado Argentino, que todavía supone más de 70% en ambos destinos, y se podrían realizar esfuerzos para alcanzar una mayor diversificación.

4.3 Dependencia de agencias de viajes

En relación a la dependencia de intermediarios, apenas se localizaron datos de los dos destinos relacionados a los turistas extranjeros a partir de 2004. Actualmente 64% de la demanda Internacional de Balneario Camboriú no utiliza agencias de viajes y 82,9% de la demanda internacional de Florianópolis no utilizó agencias de viajes (datos del 2009) (MTUR, 2010). Se observa que no hay una dependencia representativa, principalmente considerando que el mercado extranjero no es más tan representativo. Sin embargo la utilización de agencias es más importante en Balneario Camboriú y viene aumentando, lo que demuestra una diferencia en el comportamiento de los turistas de los destinos.

Grafico 7: Porcentaje de turistas extranjeros que no utiliza agencias de viajes - 2004/2009



Fuente: elaboración propia a partir de datos del MTUR, 2010

Es importante considerar que habría que tener datos separados en alta y baja temporada para identificar la dependencia a la hora de mantener la ocupación en meses de baja temporada. Así como también sería apropiado tener datos del porcentaje de pernoctaciones hoteleras realizadas por medio de agencia, para poder mensurar la importancia de las agencias para los hoteles. Es difícil acercarse a esos datos, ya que el total de pernoctaciones en hoteles considera el total de turistas, y la utilización de agencias solamente considera los turistas extranjeros. Conforme a lo mencionado, la dependencia de intermediarios no parece ser un problema para ambos destinos, lo que puede ser considerado positivo, ya que genera bajos precios, estandarización y pérdida de

calidad (Knowles y Curtis, 1999). Sin embargo hay que profundizar los estudios y realizar un acompañamiento, principalmente en Balneario Camboriú en donde la tendencia es creciente.

4.4 Datos económicos

La economía de ambos destinos se basa en el sector de servicios. La economía de Balneario se sostiene principalmente en el turismo, en el comercio y en la construcción civil. Florianópolis posee una mayor diversificación. El sector secundario tuvo un gran desarrollo en los últimos años, con la industria del vestuario, alimentación, muebles, bebidas y principalmente en microinformática (PMF, 2009).

El Producto Interno Bruto - PIB de Balneario Camboriú es de R\$ 1.446.756 (reales), lo que corresponde a aproximadamente 1% del PIB del estado de Santa Catarina (2008b). Los cinco principales municipios de estado en relación al PIB son el estado de Joinville (10,7%), Itajaí (8,3%), Florianópolis (6,6%), Blumenau (6%) y Jaragua do Sul (3,9%) que juntos son responsables por 35,5% del PIB de Santa Catarina. Florianópolis es la única capital de Brasil que no ocupa la primera posición dentro de su estado (IBGE, 2008a).

Con relación a la estructura del PIB del municipio de Balneario Camboriú, la mayor parte, un 73,56%; es proveniente del sector de servicios, seguido de un 17,07% de la industria, un 9,06% de impuestos sobre productos y un 0,30% proveniente de la agroindustria. En Florianópolis 72,71% del PIB es proveniente del sector de servicios; 11,10% de la industria; 0,31% de la agropecuaria; y un 15,89% impuestos sobre productos líquidos de subsidio (datos del 2008, IBGE 2010b).

La balanza comercial de ambos municipios posee un saldo negativo en donde las importaciones son mayores que las exportaciones (datos 2008, SEBRAE, 2010a y 2010b). En total Balneario Camboriú posee 9 empresas exportadoras y Florianópolis posee 61 (datos 2008, SEBRAE, 2010a y 2010b). Respecto a la recaudación de tributos, es responsable del 41,2% de los ingresos de Florianópolis y 28,5% de los ingresos de Balneario Camboriú, y se divide de la siguiente forma:

-el ingreso proveniente del IPTU (impuesto sobre propiedad predial y territorial urbana) es responsable del 13,4% en Florianópolis y 15,3% en Balneario Camboriú, considerando que el ingreso per cápita del IPTU urbano es de R\$ 234,93 en Florianópolis y R\$450,43 en Balneario, en cuanto la media del estado es de apenas R\$59,87;

-el ISS (impuesto sobre servicios) es responsable del 4,7% en Balneario y 14,9% en Florianópolis;

- el ITBI (impuesto sobre transmisión de bienes inmuebles) es responsable de un 4,4% en Balneario Camboriú y un 4,7% en Florianópolis (datos del 2007, TCESC).

En relación a los tributos, Florianópolis recibe más ingresos por ISS, mientras el ingreso por el IPTU es superior en Balneario Camboriú. Es interesante observar el alto precio de IPTU en Balneario Camboriú que supera en mucho la media del estado y de Florianópolis.

Respecto a la relación entre los ingresos y gastos presupuestarios los dos municipios posee un superávit: Balneario de R\$ 35. 240.038,82 y Florianópolis de 8.044.994, 16 (datos del 2007, Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina). En el tema de la estructura empresarial, se exponen los principales datos de empresas y empleos generados según el sector económico:

Tabla 3: Resumen de los principales sectores en número de empresas y empleos - 2008

	Florianópolis	Balneario Camboriú
Empresas	31.769	10.984
Empleos formales	244.253	34.195
Principales sectores en número de empresas	Comercio y reparación de vehículos y motos (35%); actividades administrativas y servicios adicionales (12,5%); alojamiento y alimentación (10%).	Comercio y reparación de vehículos y motos (42,6%); seguido de actividades administrativas y servicios adicionales (15%); y alojamiento y alimentación (11,3%).
Sectores que más generan empleo formales	Administración pública, defensa y seguridad social (38,8%); comercio y reparación de vehículos y motos (13,9%); y actividades administrativas y servicios adicionales (10,2%).	Sector de comercio y reparación de vehículos y motos (31,9%); alojamiento y alimentación (15%); y construcción (12,4%).
Sectores que más demandan mano de obra relación empresas/empleos	Administración pública, defensa y seguridad social; educación; transporte, almacenaje y correo.	Construcción civil; y alojamiento y alimentación.
Sectores relacionados al turismo: Hospedaje, alimentación y construcción civil		
Hoteles y similares – número de empresas	295 empresas - 0,93% de las empresas	186 hoteles y similares - 1,69% de las empresas
Hoteles y similares – número de empleos	2707 empleos - 1,11% de los empleos	1953 empleos - 5,71% de los empleos
Restaurantes y otros servicios de alimentación – número de empresas	2632 empresas - 8,28% de las empresas	992 empresas - 9,03% de las empresas
Restaurantes y otros servicios de alimentación – número de empleos	9765 empleos - 4% de los empleos	3095 empleos - 9,05% de los empleos
Construcción de edificios –	574 empresas - 1,81% de las	394 empresas - 3,59% de

número de empresas	empresas	las empresas
Construcción de edificios – número de empleos	2764 empleos - 1,13% de los empleos	3258 empleos - 9,53% de los empleos

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del SEBRAE SC, 2010a y 2010b – datos del 2008

Cuando se analiza el número de empresas por sector económico, se observa una similitud entre los destinos. El sector de alimentación presenta gran relevancia en el número de empresas en ambos municipios, sin embargo este es más representativo en el porcentaje de número de empleos para Balneario Camboriú. En relación a los hoteles y similares también se observa una mayor importancia porcentual en número de empleos para el municipio de Balneario Camboriú. El sector de la construcción civil es el tercer en importancia en Balneario Camboriú en términos de generación de empleos. Es interesante observar que este sector genera más empleos en términos porcentuales y absolutos en Balneario Camboriú. La construcción civil está estrechamente relacionada al llamado turismo residencial. Sin adentrar en la discusión sobre la legitimidad de ese término, lo que se pretende es evaluar la importancia de la actividad en el municipio. Se percibe que los empleos directamente relacionados al turismo son más representativos en Balneario Camboriú, lo que genera consecuencias más graves a la economía local en caso de un declive de la actividad (Knowles y Curtis, 1999). En el caso de la construcción civil el problema es más serio, ya que la actividad tiene un corto ciclo económico. Para adentrar el análisis de la importancia del turismo residencial, a continuación se presentan datos sobre el turismo residencial en ambos municipios

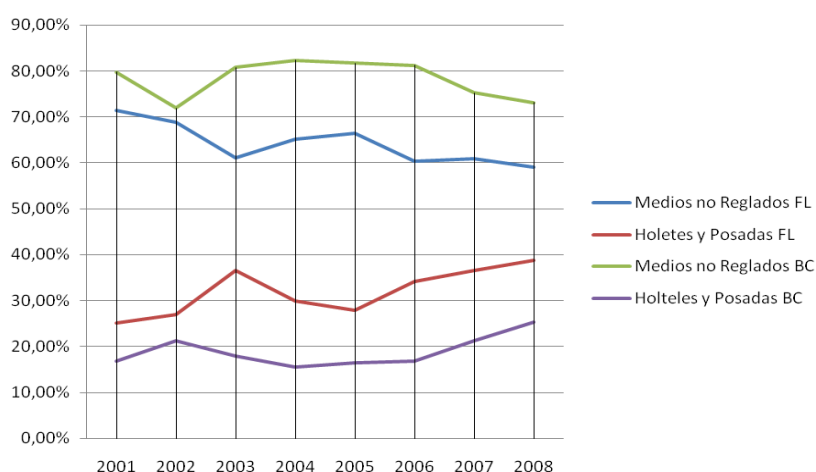
4.5 Turismo residencial

Con relación a los medios de alojamiento existe una carencia de informaciones más detalladas. Según datos de 2003 Florianópolis posee una capacidad hotelera de aproximadamente 22 mil camas y Balneario Camboriú posee una capacidad hotelera de aproximadamente 20.000 camas (PRODETUR SUL, 2003). Es notable la concentración de la oferta del estado en esos dos municipios, ya que el estado cuenta con aproximadamente 68 mil camas (SANTUR disponible en PRODETUR SUL, 2003). Considerando el tamaño de los municipios, Balneario Camboriú posee una capacidad hotelera más representativa que Florianópolis. Sin embargo, no es posible realizar un análisis profundizado de esos datos, ya que, no existe una clasificación oficial de los establecimientos, tampoco se han localizado datos de la evolución del sector hotelero en los destinos. Esos datos serían fundamentales para que se pueda evaluar la situación actual del sector hotelero.

En relación a segundas residencias se puede obtener una aproximación con los datos del IBGE (2010c). El municipio de Balneario Camboriú posee 65.370 viviendas particulares de las cuales 38691 ocupadas. Por lo tanto, 26.679 no están ocupadas de forma permanente, y aproximadamente 59,18% están ocupadas. Florianópolis posee un total de 194.204 viviendas particulares de las cuales 143.142 son ocupadas. Por lo tanto, 51.062 no están ocupadas de forma permanente, y aproximadamente un 73,70% están ocupadas. En ese sentido, el turismo residencial aparenta tener mayor representatividad en Balneario Camboriú. (Aunque no todas las viviendas desocupadas sean de uso turístico, se trata de una primera aproximación con conclusiones iniciales para orientar futuras investigaciones).

En los estudios de la SANTUR existen datos sobre los medios de alojamiento utilizados en los destinos. Se puede observar que en ambos prevalecen los medios no reglados (residencia de amigos/familiares, casa o piso de alquiler y residencia propia), sobre los hoteles. Cuando se comparan los dos destinos se observa que en Florianópolis es mayor el porcentaje de turistas que se quedan en hoteles y posadas. Y aunque la tendencia al crecimiento está presente en los dos, Florianópolis crece a un ritmo un poco mayor (el porcentaje de turistas en hoteles y posadas).

Grafico8 - Medios de hospedaje utilizados por el total de turistas en Florianópolis (FL) y en Balneario Camboriú -BC – 2001/2008 (Porcentajes)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la SANTUR / Datos de enero y febrero
Medios no reglados: residencia de amigos/familiares, casa o piso de alquiler y residencia propia

Con los datos se pudo observar que en los dos destinos el turismo residencial es muy representativo y que más de la mitad de los turistas en ambos destinos buscan medios de alojamiento no reglados. Sin embargo, si se comparan los dos destinos la utilización de medios

de alojamiento no reglados es mayor en Balneario Camboriú, y Florianópolis posee una tendencia al aumento del turismo en hoteles a una tasa mayor que Balneario. Conforme a lo comentado en el marco teórico, el aumento del turismo residencial es un riesgo para el municipio, pues agota el suelo disponible y ese tipo de turismo genera un bajo efecto multiplicador en la economía (Virgen Aguilar, 2009). Para profundizar este análisis sería fundamental contar con datos de la evolución de las plazas en hoteles, para verificar si están disminuyendo o se están estancando en comparación con la oferta de segundas residencias. Sin embargo esos datos no están disponibles.

Es importante reafirmar que todos estos datos (excepto el de utilización de agencias de viajes) son de alta temporada (meses de enero y febrero), pues no hay un acompañamiento periódico durante todo el año. Sería importante realizar estudios durante todo el año y no solamente en alta temporada.

5 CONCLUSIONES

Analizando la variación del número de turistas se nota el reflejo coyuntural en las disminuciones puntuales del número de turistas. Sin embargo, la tendencia general al crecimiento y/o a la estabilización parece reflejar características propias de los destinos. Se puede considerar que los destinos comparten algunas características importantes como el clima, la misma ubicación relativa, la prevalencia del mercado nacional y la concentración del mercado internacional en un mercado emisor. Sin embargo la trayectoria de su ciclo de vida parece tener patrones distintos.

Según las características del modelo propuesto por Butler, parece ser que Balneario esta en estancamiento, ya que el modelo sugiere que se habrá alcanzado el mayor número de turistas en esa fase. Florianópolis parece estar en consolidación pues disminuye la tasa de crecimiento aunque el número de turistas siga aumentando. Otra característica de la consolidación es que en la alta temporada (verano) el número total de visitantes supera el número de residentes, hecho que ocurre en los dos destinos. Sin embargo, hay que considerar que según la extensión geográfica de cada uno de los municipios y el número de residentes, el impacto es diferente. Balneario Camboriú posee una reducida extensión territorial y un número de residentes inferior a Florianópolis. Aun así, el número de turistas ha sido superior en Balneario Camboriú en casi todo el periodo analizado, y actualmente es similar en los dos municipios. Considerando la alta densidad poblacional de Balneario Camboriú se puede concluir que la masificación y superación de la capacidad de carga es superior en este municipio lo que sugiere una fase más avanzada en el ciclo se si compara a Florianópolis.

En relación a la dependencia de mercados emisores, ninguno de los destinos presenta en la actualidad una dependencia, considerando la disminución del turismo extranjero (que es más concentrado en un mercado) y la diversificación de la demanda nacional que es la más representativa. En el pasado había una fuerte dependencia del turismo extranjero, principalmente el argentino que afectó a ambos destinos con la crisis en el mercado emisor. Felizmente la disminución fue compensada por el turismo nacional. Así mismo la diversificación del mercado extranjero es muy baja en ambos destinos.

La cuestión de la dependencia de intermediarios, como agencias de viajes no parece ser un problema para los destinos estudiados. Hay que considerar que la mayor parte de la demanda es nacional y regional, menos propensa a utilizar esos servicios. Cuando se analiza solamente la demanda internacional, apenas 17% de la demanda de Florianópolis utiliza agencias, contra un 36% de la demanda extranjera de Balneario. Es interesante observar que este índice está creciendo en Balneario Camboriú. Sería importante profundizar estudios en ese tema, así como mensurar la importancia de las agencias para mantener la ocupación hotelera en temporada baja.

En el tema de la dependencia económica se puede concluir que Balneario Camboriú posee una mayor dependencia del turismo, si se analiza los empleos generados en sectores relacionados como alojamiento y alimentación, además de la construcción civil. Balneario posee una menor diversificación de su economía, y por lo tanto, es más vulnerable a crisis en el sector turístico. Se observa también un mayor riesgo en el municipio de Balneario Camboriú, ya que, una de sus fuentes de recursos, la construcción civil, además de generar impactos ambientales y la escasez del suelo, tiene un corto periodo de crecimiento. Hay que considerar esas características, ya que, un supuesto declive de la actividad turística tendría efectos diferentes en el futuro de cada uno de los municipios.

Las segundas residencias tienen un peso importante en ambos destinos. Aunque ambos tengan una considerable planta hotelera, el número de turistas que utiliza medios de hospedaje no reglados es muy superior. Ese tipo de hospedaje no reglada genera un menor efecto multiplicador en la economía de los municipios. De manera contraria el turismo en hoteles genera empleos y una mayor rotatividad de turistas en el municipio. El impacto de ese tipo de turismo es más grave en municipios que tienen su economía basada exclusivamente en el turismo, y que si no mantienen la planta hotelera, a largo plazo tienen su económica estancada. Con el análisis inicial realizada, parece que este tipo de turismo es más importante en Balneario Camboriú. Ambos destinos deberían de realizar estudios sobre el tema, así como estudios de la evolución del sector hotelero, en número de hoteles, camas y categoría de los establecimientos.

La aplicación del modelo de Butler, centrado en el análisis del número de turistas, permite algunas conclusiones iniciales, como identificar el comportamiento de la demanda y la interferencia de factores externos en las fluctuaciones. Pero, como se ha visto, hay que buscar analizar más profundamente las características de cada destino, ya que ellos parecen estar en distintas fases. Balneario Camboriú posee un mayor nivel de masificación, una mayor representatividad de medios de alojamiento no reglados, sumando a la fuerte importancia económica de la construcción civil. A largo plazo el municipio puede tener serios problemas, cuando se estabilice el crecimiento de la construcción, puesto que en el caso de que no se mantenga la planta hotelera, los ingresos municipales se verán afectados, así como la generación de empleos.

Con base en la interpretación de las variables antes expuestas, se puede identificar la presencia de problemas en los destinos, principalmente relacionados a la superación de la capacidad de carga, problemas ambientales y gran representatividad de medios de hospedaje no reglados, problemas que sugieren la necesidad de intervención. Aunque cada uno con sus problemas y características específicas, situados en diferentes fases del ciclo de vida. Con la reflexión surgen diversas hipótesis para explicar las trayectorias de crecimiento. Lo que pone de manifiesto que hay que considerar las características particulares de cada destino a la hora de implementar medidas de intervención. Ello supone la necesidad de avanzar en estudios más profundos y críticos que permitan identificar la situación competitiva de ambos destinos y definir las mejores medidas que deberán ser implementadas para maximizar beneficios y mitigar los impactos negativos.

BIBLIOGRAFÍA

Agarwal, S. (2002): La reconversión del turismo costero: el ciclo de vida del destino turístico costero, *annals of tourism research en español*, vol 4, n 1, pp. 1-36.

Agarwal, S. (1994): The resort cycle revised: implications for resorts, *Progress in tourism recreation and hospitality management*, V. 5, pp. 194-208.

Aguiló, E. , Alegre, J. y Sard, M. (2005): “The persistence of the sun and sand tourism model”, *Tourism Management*, 26, pp. 219-231.

Ávila, M.A., Gandara, J. M., Haro, M. G. y Haro, C. S. (2006): Oportunidades y propuestas para la diversificación de un tradicional destino de sol y playa a un destino de ocio activo: un

análisis de la ciudad de Florianópolis – Brasil, en Anales del IX Congreso de Turismo Universidad Empresa, Universidad Jaume I Castellón, pp. 29.

BORCHARDT, Ilmar. (2003): Diagnóstico da exclusão social em Santa

Catarina: mapa da fome. Florianópolis : SDS/Instituto Cepa/SC,

2003. 235p. disponible en <http://cepa.epagri.sc.gov.br/Publicacoes/Diagnostico.PDF>, acceso 01-08-2001.

Butler, R.W. (2006a): The tourist area life cycle. Applications and Modifications, vol. I, Clevedon, Channel View.

Butler, R.W. (2006b):The tourist area life cycle. Conceptual and Theoretical Issues, vol. II, Clevedon, Channel View.

Butler, R.W. (1980): “The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources”, en The tourism area life cycle: Applications and modifications (2006) , Vol 1, Clevedon, Channel View.

Claver-Cortes, E, Molina-Azorín, J. F. y Pereira-Moliner, J. (2007): Competitiveness in Mass Tourism, Annals of Tourism Research, Vol. 34, No. 3, pp. 727–745.

Douglas, N. (1997): Applying the life cycle model to Melanesia, Annals of Tourism Research, V. 34, N. 1, p. 1-22.

FATMA (2011) – Fundação do meio ambiente: balneabilidade, disponible en http://www.fatma.sc.gov.br/index.php?option=com_content&task=view&id=41&Itemid=175, acceso 20-08-2011.

IBGE (2008a): Sala de imprensa: Em 2008, seis capitais concentravam 25% do PIB do país

http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1780&id_pagina=1, acceso 01-01-2011.

IBGE (2010b): Produto Interno Bruto dos municípios 2004-2008, Rio de Janeiro, Contas Nacionais, n. 33 disponible en http://www.ibge.com.br/home/estatistica/economia/pibmunicipios/2004_2008/pibmunic2004_2008.pdf, acceso 21-04-2011.

IBGE (2010c): Censo demográfico disponible en http://www.ibge.gov.br/servidor_arquivos_est/, aceso 20-04-2011.

Ioannides (1992): Tourism development agents: The Cypriot resort cycle en *Annals of Tourism Research*, v. 19, n. 4, 1992, Pages 711-731.

Knowles y Curtis (1999): The market viability of European mass tourist destinations: a post-stagnation life-cycle analysis, *The International Journal of Tourism Research*, Res 1, pp. 87-96.

Lagiewski, R. M. (2006): The application of the TALC Model: a literature Survey en *The tourism area life cycle: Applications and modifications (2006a)* , Vol 1, Clevedon, Channel View, pp. 27-50.

Lundtorp, S., y Wanhill, S. (2001): La teoría del ciclo de vida del destino turístico: procesos de generación y estimación, *Annals of tourism research en español*, vol 3, no 2, pp. 364-383.

Marrero Rodríguez, J. R. y Santana Turégano, M. A. (2008): Competitividad y calidad en los destinos turísticos de sol y playa: el caso de las islas canarias, *Cuadernos de Turismo*, nº 22, pp. 123-143.

MTUR (2010): Estudio da demanda turística internacional 2004-2009, Brasilia, pp. 42.

Oreja Rodríguez, J. R., Parra-López, E. y Yanes-Estévez, V. (2008) : “The sustainability of island destination: Tourism area life cycle and teleological perspectives, the case of Tenerife”, *Tourism Management*, 29, pp. 53-65.

PMF - Prefeitura Municipal de Florianópolis (2009) “Setores Económicos” Disponible en <http://www.pmf.sc.gov.br/portal/pmf/cidade/perfildeflorianopolis/> Acceso en 05-08-2009.

PNUD (2010): Tendencias del índice de desarrollo humano 1980-2010 disponible en http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2010_ES_Table2_reprint.pdf, acceso 14-08-2011.

PNUD (2000): Atlas do desenvolvimento humano no Brasil, disponible en <http://www.pnud.org.br/atlas/tabelas/index.php>, acceso 21-04-2010.

PRODETUR SUL (2003): Perfil da área turística, Gov. do Estado de Santa Catarina, pp. 47, disponible en http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=27, acceso 01-04-2011.

Santa Catarina Brasil (2009), disponible en <http://www.santacatarinaturismo.com.br/inter~29.htm>, acceso 05- 03-2009.

SANTUR (2009-2007-2005-2003-2001-1999-1997-1995): Pesquisa Mercadológica Estudo da Demanda Turística município de Balneario Camboriú: sinopse comparativa.

SANTUR (2009-2006-2005-2003): Pesquisa Mercadológica Estudo da Demanda Turística município de Florianópolis: sinopse comparativa janeiro e fevereiro 2007,2008 e 2009, pp. 10.

SANTUR (1986-1992): Projeto estudo da demanda turística municipal de Balneário Camboriú: jan - fev (1986,1987,1988, 1990,1991,1992) disponible en archivo histórico de la SANTUR, Florianópolis.

SANTUR (1986-2001): Projeto estudo da demanda turística municipal de Florianópolis (1986, 1987,1988, 1990,1991,1992,1993,1994,1995,1997,1998,1999,2000,2001) disponible en www.pmf.sc.gov.br, acceso 30-07-2009.

SEBRAE (2010a): Santa Catarina em números: Balneario Camboriú, Florianópolis, SEBRAE, pp. 117.

SEBRAE (2010b): Santa Catarina em números: Florianópolis, Florianópolis, SEBRAE, pp. 124.

SECTURBC – Secretaria de Turismo de Balneario Camboriú (2011): Balneario Camboriú a maravilha do atlântico sul, disponible en http://www.secturbc.com.br/pt_index.php, acceso 07-08-2011

TCESC - Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina (2007): indicadores por municipio, disponible en <http://www.tce.sc.gov.br/web/contas/estatistica-municipal/indicadores-municipio>, acceso 29-04-2011.

Soares, J. y Gandara, J. M. (2010a): La evolución de los destinos turísticos litorales consolidados y estrategias para su renovación: un análisis de Florianópolis – SC (Brasil), en anales del XIII Congreso Internacional de Turismo Universidad y Empresa: renovación de destinos turísticos consolidados, Universidad Jaume I Castellón. Valencia: Tirant Lo Blanch, pp. 113-136.

Soares, J. y Gandara, J. M. (2010b): Indicadores para analizar la evolución del ciclo de vida de los destinos turísticos litorales, en anales del VI Seminario de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, Saberes e fazeres no turismo: interfaces, Universidade de Caxias do Sul, pp. 15.

Strapp (1988): The resort cycle and second homes, en *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, n. 4, pp. 752-770.

Virgen Aguilar, C. R. (2009): El ciclo de vida de un destino turístico: Puerto Vallarta, Jalisco, México, *Revista de Cultura e Turismo CULTUR*, año 03 – n. 01, pp. 1-24.

REPOSICIONAMIENTO PARA DESTINOS TURISTICOS CONSOLIDADOS: EL CASO DE LOS CABOS, MEXICO.

Autores:

M.C. Angélica Montaña Armendáriz (amontano@uabcs.mx)

M.I.E. Juan Carlos Pérez Concha (jperez@uabcs.mx)

Dra. Antonina Ivanova Boncheva (ivanova@uabcs.mx)

Departamento de Economía, Universidad Autónoma de Baja California Sur, La Paz, B.C.S. México

Introducción

El despegue de Los Cabos como el principal desarrollo turístico de Baja California Sur se remonta a 1976, cuando el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) inició la construcción de cinco Polos de Desarrollo Turístico Integralmente Planeados en diferentes destinos potencialmente turísticos. El impulso del turismo, basado en la creación de un polo de desarrollo a partir de una pequeña región conformada, en ese entonces, por unos cuantos cientos de habitantes y que –al día de hoy- es la de mayor crecimiento económico y demográfico del estado, atrajo el interés tanto de las inversiones públicas como privadas hacia el Municipio de Los Cabos. Esta acción del gobierno federal ha sido, y continua siendo, la de mayor impacto en la estructura económica y espacial de la región sur de B.C.S. Sin embargo, después de alrededor de 20 años de próspero crecimiento, a partir de 2008 los principales indicadores turísticos en esta zona comenzaron a mostrar signos de debilitamiento (entre 2007 y 2010 la afluencia total de visitantes disminuyó de 1.45 a 1.22 millones; el promedio anual de ocupación hotelera decreció del 70% al 59%), asimismo, disminuyó sustancialmente el ritmo de crecimiento de la infraestructura turística y de megaproyectos inmobiliarios y de tiempo compartido, situación que afectó a sectores como la construcción y el comercio, entre otros. A estos factores, se debe agregar el negativo efecto de la crisis económica en Estados Unidos (principal origen del turismo) y una creciente competencia nacional e internacional con otros destinos ubicados en el mismo segmento de mercado.

En este contexto, la hipótesis de partida de esta investigación plantea que: el modelo de desarrollo turístico aplicado en Los Cabos muestra signos de haber alcanzado la fase de madurez, así lo refieren los indicadores estadísticos de la actividad turística y el deterioro de su imagen. Se asume que de continuar el actual modelo de desarrollo turístico se arriesga la viabilidad futura del destino, por lo que esta crisis propicia la necesidad de analizar y discutir el diseño de un proceso de reestructuración de la actividad turística en esta región, a fin de afrontar –de manera adecuada- los retos de competitividad y sustentabilidad que un destino turístico internacional requiere actualmente, en este contexto los agentes del desarrollo local tienen un papel fundamental.

En función de esta hipótesis, los objetivos de este trabajo son: revisar y describir las aportaciones teóricas y conceptuales respecto de los modelos de desarrollo y gestión de destinos turísticos de sol y playa; así como también se busca elaborar un diagnóstico que permita realizar un análisis contextual del desarrollo, la problemática que enfrenta y las perspectivas de esta actividad en Los Cabos, para –finalmente- comprobar la aplicación y validez de la teoría del “Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos” (CVDT) como modelo descriptivo-predictivo. Cabe hacer notar que este trabajo constituye una primera aproximación al tema en estudio.

El documento se integra en tres partes: en la primera se presentan los aspectos conceptuales y estudios empíricos de los destinos turísticos de sol y playa. La segunda integra la información obtenida mediante el trabajo de campo, la investigación documental de contextualización y el diagnóstico del desarrollo turístico de Los Cabos. A partir de la información estadística para el periodo de análisis de este proyecto (1980-2010), se realiza la aplicación empírica de la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos al caso de Los Cabos, B.C.S.

1.- ELEMENTOS CONCEPTUALES DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS.

La mayoría de las investigaciones relativas a la actividad turística, coinciden en señalar que la tendencia actual que se registra en el escenario mundial se caracteriza, principalmente, por grandes cambios estructurales en el sector; en este mismo sentido también indican que existe una gran incertidumbre en los destinos turísticos de sol y playa respecto de su competitividad y capacidad de adaptación a las tendencias y transformaciones operadas en el mercado turístico (particularmente en las últimas dos décadas), aunado a la propia evolución y ciclo de vida de los destinos turísticos. Estos factores, que son comunes en los destinos de sol y playa, los podemos encontrar como conclusión en diversos estudios especializados en el tema (Valls J, 2004; Anton C, 2004; Acerenza, 2007; Mazaro R. , 2009; Santos & Fernandez, 2010; Vera & Rodríguez, 2010), lo cual genera la necesidad de adaptar los destinos turísticos consolidados a los requerimientos de las nuevas dinámicas globales.

Para analizar el desarrollo y evolución de un destino turístico se requiere identificar y describir la tendencia que registran las principales variables que inciden en el mercado turístico; es decir se hace necesario la búsqueda, análisis e interpretación de indicadores, mismos que –de manera regular- constituyan la información que permita la medición de cambios en las estructuras turísticas y factores internos, o bien que reflejen las modificaciones en los factores externos que inciden en la demanda de mercado del destino turístico. Existen diferentes tipos de indicadores, cada uno con un objetivo distinto para la gestión de desarrollos turísticos; sin embargo, atendiendo la metodología que sugiere la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el contexto del presente proyecto de

investigación, los indicadores que se considera de mas utilidad son los denominados “Indicadores de alerta temprana” y “Medidas de la situación del sector, función comercial y oferta complementaria”; estos indicadores son componentes básicos del sistema turístico local y permiten identificar situaciones de riesgo, detectar problemas, oportunidades y debilidades de los modelos turísticos desarrollados y –a partir de ellos- formular una serie de propuestas de actuación, tanto de posibilidades de prevención como disminución de riesgos que incidan sobre la viabilidad futura de la actividad turística a escala local. Dichos indicadores son: la estructura demográfica; función comercial y oferta complementaria; la afluencia turística y gasto promedio; PIB, ingresos y empleos generados por el turismo.

2.- MARCO CONTEXTUAL DE LOS CABOS COMO DESTINO TURÍSTICO.

2.1.- Antecedentes y características generales

El municipio de Los Cabos se ubica en el extremo sur de la península de Baja California. Su extensión territorial es de 3,750 Km² (5.07% de la superficie total del estado). Su posición geográfica le genera un clima caliente y seco, con temperaturas máximas de 47° y promedios anuales de 23°C. Por ende su dotación de recursos hídricos y forestales es escasa, como también lo son las precipitaciones pluviales.

Desde el punto de vista económico-regional, la actividad turística se concentra en las ciudades de Cabo San Lucas y San José del Cabo y en el denominado “Corredor Turístico” que las une. El destino sustenta su atractivo en las playas, el paisaje, el golf, la pesca deportiva y la cercanía de la costa oeste de EE.UU., a las cuales se les ha sumado en los últimos años una anárquica y desorganizada oferta de actividades “eco turísticas”. En general, el turismo en Los Cabos se ha sustentado en los que los especialistas han denominado ventajas comparativas (Barroso, 2006) las cuales hacen referencia a todos aquellos recursos existentes en el territorio y que son puestos en valor, mismos que han sido considerados como piedra angular para detonar los modelos tradicionales de turismo.

En Los Cabos existen 4 áreas naturales protegidas, dos de ellas de litoral y que son: el “Parque Marino Nacional” en Cabo Pulmo y la “Zona de refugio submarino de Flora, Fauna y condiciones ecológicas del fondo” en Cabo San Lucas. Las dos restantes se ubican en el territorio municipal y son: “Reserva ecológica estatal del Estero de San José del Cabo” y la “Reserva de la Biosfera” en la Sierra de La Laguna. Sin embargo, resulta importante señalar que dado el crecimiento desordenado, disperso, acelerado y no regulado del destino, se ha provocado un alto impacto en el medio ambiente (flora, fauna, topografía, hidrología, etc.), principalmente en zonas de alto valor

ambiental; no existiendo –prácticamente- ninguna zona de protección dentro de la mancha urbana (IMPLAN, 2011). Actualmente se registra una alta presión y deterioro ambiental en zonas como el Refugio Submarino de Cabo San Lucas y el Estero de San José del Cabo. Al no disponer de un plan de desarrollo urbano y un programa de ordenamiento territorial debidamente actualizado, el destino adolece de procedimientos establecidos y acciones contundentes para su conservación, desarrollo y uso por el turismo; esto por cuanto la planeación y administración del desarrollo urbano se ha dado en forma limitada, con una visión de corto plazo, en donde prevalece la conveniencia económica por sobre la conservación ambiental, contrario a lo que se indica en la teoría de la gestión de destinos turísticos sostenibles (OMT, 2005). Llama la atención que la problemática que enfrenta el modelo de desarrollo urbano-turístico de Los Cabos en materia ambiental, equipamiento y uso de suelo, presenta las características medio ambientales de las áreas turísticas mediterráneas que (Vera Rebollo, 1994) tipifica como el marco general del ciclo de vida de los resorts litorales y que el autor remite –esencialmente- a 3 factores: suelo, agua y paisaje, mismos que resultan esenciales para garantizar la calidad y competencia de los destinos turísticos consolidados.

Los Cabos es un municipio predominantemente urbano, con un desarrollo similar al de otros municipios turísticos del país, pero con una considerable disparidad respecto del avance económico y demográfico de los otros cuatro municipios del estado. Sin embargo, desde el punto de vista social, persiste la presencia del fenómeno del subdesarrollo, sobre todo cuando se comparan las grandes inversiones inmobiliarias para el turismo y las necesidades de las zonas marginadas, por ejemplo el 44% de los usuarios de agua potable tienen un servicio intermitente y –en 2010- la cobertura de alcantarillado solo cubre al 59% de la población.

Tal como se menciona, el desarrollo turístico en Los Cabos es el resultado del modelo de los “Centros de Playa Integralmente Planeados” (CIP) el cual se concentró solo en el litoral de playa entre San José del Cabo y Cabo San Lucas y en el corredor turístico entre ambas localidades. Es a finales de la década de los 90’s, cuando el CIP de Los Cabos empieza a consolidarse como tal (Gran Visión Los Cabos 2025, 2005), lo anterior se tradujo en un importante proceso de crecimiento, sustentado –casi exclusivamente- en las actividades relacionadas con el turismo. Por otra parte, este incremento vino aparejado de un explosivo aumento y concentración espacial de la población, resultando en fuertes presiones en la demanda de infraestructura, equipamiento urbano y suelo para vivienda, problemas que resultaron de tal magnitud que actualmente se les reconoce como de los más graves en el destino.

Es preciso señalar que en Los Cabos se adoptó el modelo turístico estadounidense de “Resorts”, los que incluyen, además de hoteles en playa, departamentos de tiempos compartidos (time share), condominios, casas habitación, villas y servicios, todo ello en una área cerrada, teniendo como característica su cercanía y/o aprovechamiento de la línea de playas. Este factor se ha utilizado

como eje de localización para las inversiones turísticas y de especulación para los propietarios de la tierra, con el consecuente deterioro del paisaje que resulta de la concentración de construcciones, desarrollos y fraccionamientos en la zona costera. Cabe hacer notar que el 56% de las playas recreativas en el área en estudio son privadas, existiendo solo 5 accesos a playas públicas en los más de 30 kilómetros del corredor turístico.

Los principales centros de población (San José del Cabo y Cabo San Lucas) presentan una infraestructura, equipamiento, usos del suelo y estructura vial desarticulada, dando como resultado un crecimiento lineal, disperso y horizontal, mismo que dificulta el buen funcionamiento de las ciudades, lo que eleva los costos administrativos y de operación para todas las actividades económicas. La alta concentración de los servicios, equipamiento y unidades de apoyo administrativo (bancos, oficinas gubernamentales, hospitales, etc.), provoca frecuentes desplazamientos de las zonas periféricas hacia el centro urbano. La carretera transpeninsular, es el único medio de enlace entre los centros de población, la cual atraviesa los mismos, provocando saturación y congestión vehicular en el denominado corredor turístico y la ciudad lineal (en San José del Cabo). Este destino también se caracteriza por la presencia de frecuentes invasiones en zonas de alto riesgo, lo que ha provocado que el 12% de la mancha urbana de C. San Lucas y el 16.9% de San José sean asentamientos irregulares (IMPLAN, 2011).

En los últimos 20 años, Los Cabos se había posicionado como un destino exitoso y de alta calidad a nivel internacional. No obstante, los indicadores ponen en evidencia que a pesar de los resultados generalmente buenos que había presentado la actividad turística hasta 2007, el destino enfrentara una serie de circunstancias que –evidentemente- pueden afectar el comportamiento positivo que habían presentado los flujos turísticos, las inversiones, la construcción y el comercio, actividades que habían funcionado como eje del desarrollo de esta región. Hasta hace dos o tres años (específicamente hasta antes de la crisis económica de 2009), además de la hotelería, la orientación económica predominante en el destino se centraba en actividades (entre otras) como:

- La oferta de bienes inmuebles para el mercado extranjero de altos ingresos.
- La industria de desarrollos de tiempo compartido.
- Un notorio impulso de las actividades relacionadas con la construcción.
- Y la comercialización de grandes turoperadores incompatibles con el ambiente del destino turístico.

De varias características que están directamente relacionados con el desarrollo del destino turístico de Los Cabos en los últimos 20 años, se pueden citar dos, mismas que -desde nuestro punto de vista- han sido sustanciales en el desenvolvimiento y resultados del mismo:

- Primero: una cultura empresarial dominante, agresiva, especulativa y poco comprometida con el ambiente y el desarrollo sustentable. Prueba de ello es que el modelo de desarrollo urbano de Los Cabos, quedó en manos de las grandes empresas promotoras de proyectos de tiempo compartido y de desarrollo inmobiliario, las cuales aprovecharon las ventajas de la zona, pero sin planeación y muy poco ordenamiento espacial y estructural.
- Segundo: la insuficiente gestión político - administrativa del destino a nivel de gobierno local y estatal, la cual quedó relegada al papel de recaudador de los impuestos, derechos y aprovechamientos generados por la actividad turística e inmobiliaria.

Las transformaciones que ha experimentado este destino, se reflejan nítidamente en algunos de los parámetros básicos que miden la situación del sector tales como: derrama económica al destino, afluencia turística, estancia promedio, nivel de gasto, crecimiento en la oferta e infraestructura turística y la contribución del turismo como actividad económica al producto interno bruto de la región, todos los cuales comienzan a mostrar signos de estancamiento, tal como se analiza más adelante.

2.2.- Aspectos demográficos.

En Los Cabos han sido notorios el acelerado crecimiento de la población y del flujo de inmigrantes; entre 1990 y 2010, el número de habitantes se incrementó en un 443% (INEGI, 2011), el cual se asocia –directamente- con el desarrollo y consolidación del polo turístico, el crecimiento económico y el efecto multiplicador de las inversiones, situación que ha generado grandes problemas sociales, urbanos y de otorgamiento de servicios. A la población residente, se debe agregar un elevado (pero indeterminado) porcentaje de población flotante y de turismo en tránsito, factores que contribuyen a incrementar la presión sobre la demanda de servicios públicos y sociales, conformándose así un típico municipio turístico con grandes áreas urbanas marginadas y sin infraestructura.

2.3.- Economía y turismo.

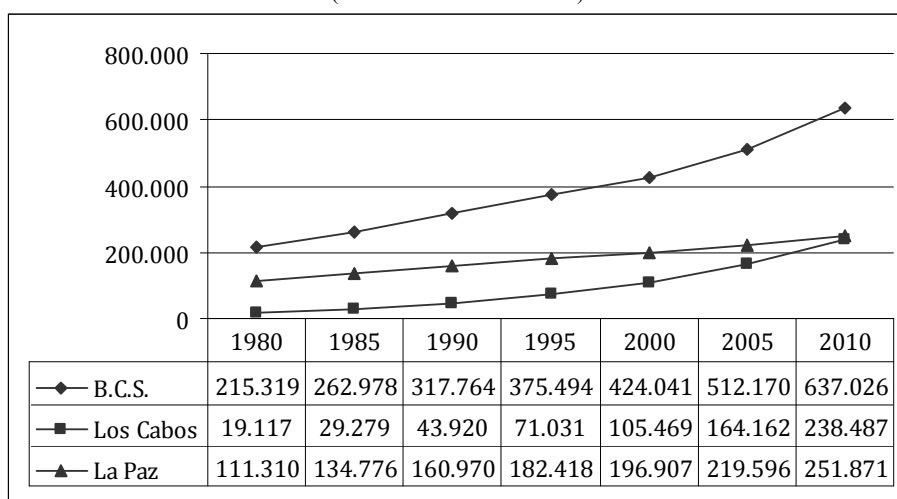
En Baja California Sur existen tres zonas en las que hay actividad turística: Los Cabos, Loreto y La Paz. De estos, el primero es el principal destino de BCS y uno de los tres destinos turísticos de sol y playa más importantes de México (considerando la generación de divisas, la oferta de cuartos y UTC y la calidad de la infraestructura para el turismo). Como se mencionó, Los Cabos surge como parte del modelo turístico de enclave que desarrollaron las políticas públicas en materia turística

entre 1974 y 1976 y que dieron como resultado la creación de los CIP de Cancún e Ixtapa en 1975 y Loreto y Los Cabos en 1976.

Desde el punto de vista económico, Los Cabos presenta un sistema productivo especializado en el turismo internacional, basado en el “Modelo Turístico de Sol y Playa”; siendo sus principales mercados Estados Unidos y Canadá, países que aportaron el 84.5% del total de afluencia turística en 2010.

Dada la especialización turística del municipio, el 75% de la población ocupada se concentra en el sector terciario; a su vez, de este total, un 22.8% se emplea en el sector turismo el cual, en conjunto con el comercio, concentran más de un tercio (38.1%) de los empleos existentes (IMPLAN, 2011).

Gráfica 1
B.C.S., La Paz y Los Cabos: comportamiento demográfico entre 1980 y 2010.
 (En número de habitantes).



Fuente: Elaborado por los autores con base en INEGI (2011), “México en Cifras, Información Nacional” (en red).
 Disponible en: www.inegi.org.mx, México, Marzo de 2011

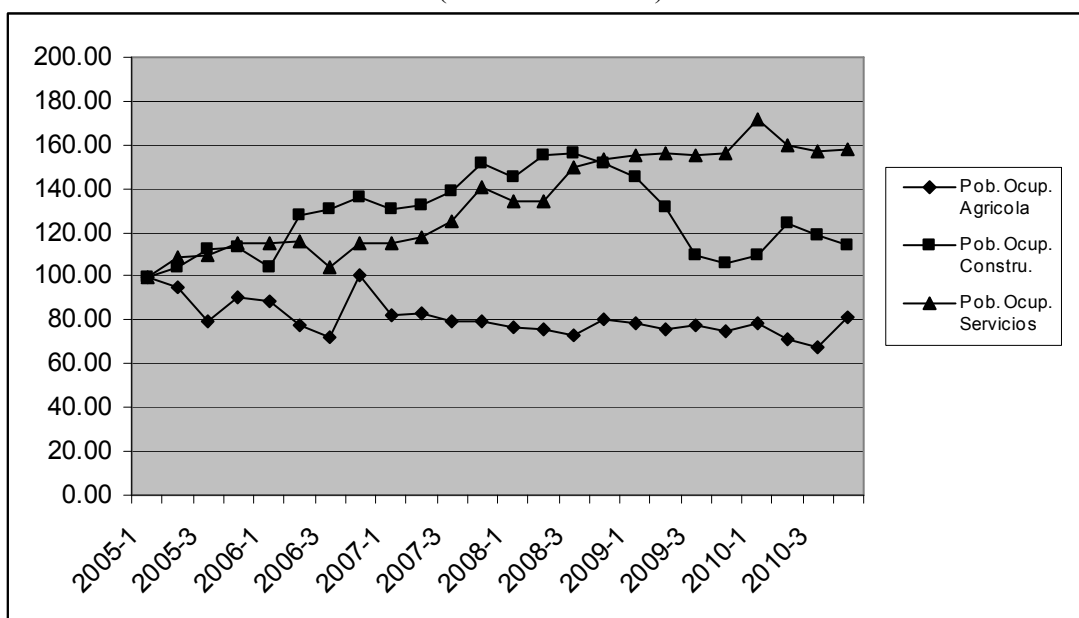
El gasto turístico se distribuye entre actividades directamente asociadas como la hotelería, transporte, recreación, comercio y pesca deportiva; dado que la derrama económica de este sector está repartida entre muchos sectores y su efecto es multiplicador es, por consiguiente, difícil cuantificar la contribución del turismo al crecimiento económico de la economía local, mas aun cuando se carece de datos específicos, oficiales y confiables para un municipio o región como Los Cabos. Como referencia, el Gobierno del Estado de BCS, estimó que la derrama económica por concepto de turismo en ocupación hotelera en BCS fue de 420.4 millones de dólares en 2008 y de 451.8 millones de dólares en 2009¹; asumiendo que alrededor del 80% de la actividad turística

¹ En 2009, la derrama económica del turismo en BCS representó el 4.9% de los ingresos de divisas por el gasto de turistas internacionales en México (SECTUR, 2011)

estatal se concentra en Los Cabos, entonces se estima que la derrama económica en 2009 fue de – aproximadamente- 361.5 millones de dólares.

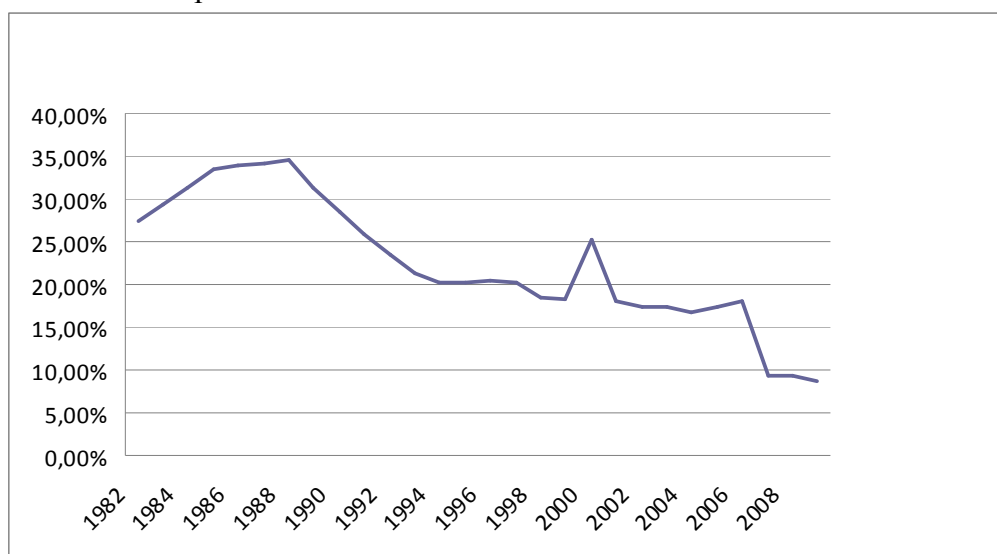
Asimismo, como referencia, se calculó la participación del turismo en el PIB del estado de BCS (medido a través del subsector de hoteles y restaurantes), ya que como se menciono anteriormente no existe esta información desagregada por municipios. En la grafica adjunta se observa una marcada tendencia negativa en la participación de este subsector en el PIB a partir de 2001, ya que entre 1990 y 2000 la tasa promedio de crecimiento osciló entre el 28% y el 25%; pero a partir de 2001 disminuye al 18% (coincidentalmente a partir de la crisis de septiembre de 2001 en EE.UU.), continuando su tendencia a la baja, de tal forma que para 2009 su contribución es de solo el 8.71%

Grafica 2
Evolución trimestral del empleo entre los principales sectores económicos de BCS
(Base 2005-1=100)



Fuente: Elaboración propia con base en datos de INEGI. En:
<http://www.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos2/indesttrim.aspx?c=26232&s=est>

Grafica 3
Participación del PIB del sector servicios en el PIB de B.C.S.*



Fuente: INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto Interno Bruto por entidad federativa. En: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/biblioteca/Default.asp?accion=1&upc=702825166120

*Los valores corresponden a la categoría 6 de INEGI, misma que incluye comercio, restaurantes y hoteles.

2.4.- Oferta e Infraestructura Turística.

En Los Cabos la oferta de hoteles, desarrollos de tiempo compartido y áreas residenciales de lujo para extranjeros, se ubica entre las más exclusivas y de calidad del país. Entre 1990 y 2010 el número de hoteles aumentó de 22 a 82 establecimientos, lo que reflejó un incremento de 2,531 a 13,390 habitaciones en la oferta de todas las clases de cuartos hoteleros y unidades de tiempo compartido (UTC) para el periodo antes referido².

Actualmente, el 73% de los hoteles se ubica en las tres categorías de mayor valor, es decir: “Clase Especial”, “Gran Turismo” y “Cinco Estrellas”, las que –en conjunto- concentran el 85% de la oferta total de cuartos. Estas cifras ubican a Los Cabos entre los destinos del país con más establecimientos de alta calidad para huéspedes de altos ingresos. El mayor crecimiento de oferta de cuartos y UTC se presenta entre 1995 y 2005; periodo en el cual el número de hoteles pasa de 36 a 73 y la oferta de cuartos se incrementa de 3,710 a 10,561 unidades. En cambio entre 2005 y 2010, el crecimiento en la oferta es moderado ya que solo se construyen 9 desarrollos hoteleros con 2,791 habitaciones; conviene destacar que en este periodo se estanca la oferta de UTC. Actualmente, el 63.2% de la oferta corresponde a cuartos de hotel y cuartos en la modalidad “All Inclusive”; el 34.4% restante son UTC.

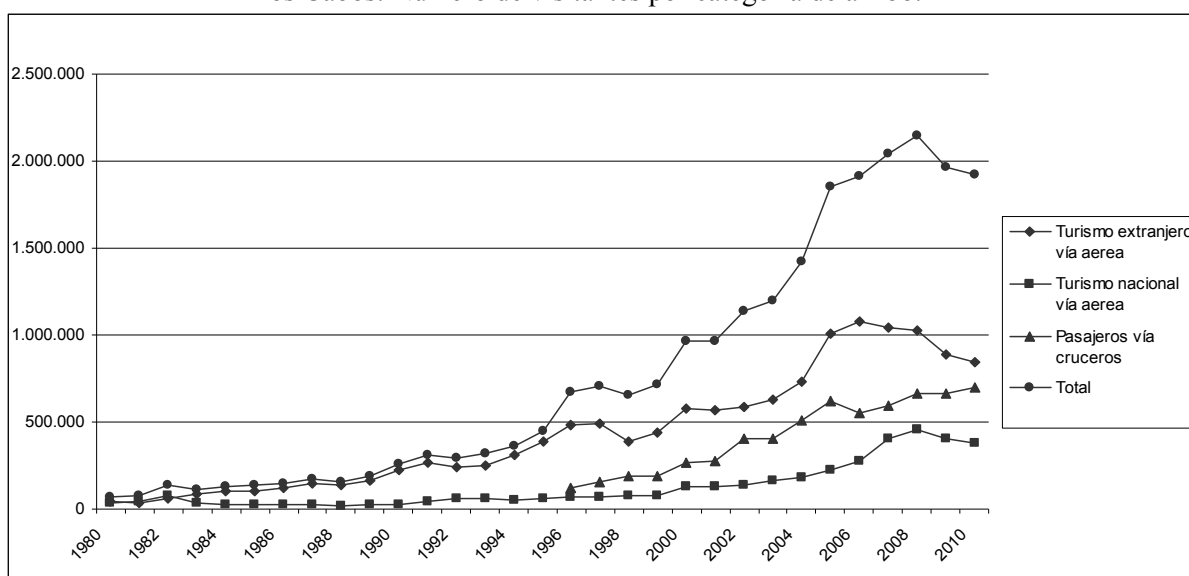
² Con frecuencia, las unidades de tiempo compartido son ofertadas como unidades hoteleras.

2.5.- Afluencia Turística.

Desde su creación como CIP en 1976, Los Cabos registró indicadores positivos en materia de afluencia turística; sin embargo, es a partir de 1990 cuando la llegada de turistas (principalmente extranjeros) se incrementa de forma notoria. Entre 1990 y 2000, la afluencia registra una tasa media de crecimiento anual del 21%, misma que aumenta al 33% para el periodo 2000-2005 (porcentaje que refleja el mayor crecimiento entre todos los indicadores de la actividad turística en el destino); en cambio, para el periodo 2005-2010, se registra una disminución en el flujo de visitantes extranjeros y nacionales.

En los últimos tres años, los efectos de las crisis económica internacional y nacional han impactado negativamente en la tendencia de crecimiento que tradicionalmente registraban los principales indicadores de la actividad turística en este municipio. Es así como a partir de 2007, la afluencia turística total disminuyó de 1,448,065 visitantes en 2007 a 1,225,110 en 2010. Con base en los indicadores del barómetro estadístico de la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2011), el porcentaje de ocupación hotelera para este periodo, disminuyó del 70% (como promedio anual) que tradicionalmente se manejaba en los últimos 10 años, a un 59% para el 2010. Además, disminuyeron las inversiones en la industria de la construcción, particularmente la relacionada con infraestructura turística como: cuartos de hotel, desarrollos de tiempo compartido y mega proyectos de desarrollo inmobiliario; finalmente, es necesario reconocer que el sector turismo de Los Cabos enfrenta una fuerte y creciente competencia internacional y nacional de otros destinos ubicados en el mismo segmento de mercado.

Grafica 5
Los Cabos: Número de visitantes por categoría de arribo.



Fuente: Secretaria de Turismo, Datatur, Secretaria de Turismo de B.C.S. y Dirección Municipal de Turismo del Ayuntamiento de Los Cabos.

La afluencia turística proveniente de Estados Unidos y Canadá continua siendo la principal fuente del mercado turístico, por cuanto un 52% de los visitantes proviene de Estados Unidos (principalmente de los estados del oeste de EE.UU. en particular California y Nevada) y el 32.5% viene de Canadá. En los últimos años, también se está captando turismo de origen Europeo y Asiático (aproximadamente el 7% del total), la diferencia corresponde a turismo nacional.

El periodo de mayor auge en este destino se presenta entre 1990 y 2005, mismo que se caracteriza por un continuo crecimiento en la oferta, la demanda y las inversiones, acompañado de varios factores entre los que se destacan:

- El boom y/o crecimiento explosivo (desde nuestro punto de vista) de los mega desarrollos inmobiliarios y de tiempo compartidos; los cuales, con su demanda por servicios complementarios y como parte de su mercadotecnia, favorecieron la creación y desarrollo de un gran número de servicios de amenidades, entretenimiento, tours, restaurantes, autorentas, etc. los cuales se entregaban al turista como premio o estímulo por su visita a las oficinas de venta.
- Esta actividad, al tener un efecto multiplicador en las inversiones para oferta de servicios complementarios al turismo, propició un fuerte proceso de migración al destino.
- El periodo que media entre 1995 y 2005, Los Cabos fue un destino de gran atractivo para los empresarios mayoristas de Estados Unidos y Canadá, particularmente los que operan grandes grupos de turismo (charters).
- Además, durante este periodo, las políticas públicas que implementaron los tres niveles de gobierno favorecieron al auge de la actividad turística en la zona, con inversiones en infraestructura, servicios, promoción, etc. Por ejemplo, a partir de 1995, la Secretaría de Turismo trata de implementar (de forma fallida) en Los Cabos un modelo de desarrollo turístico basado en dos “clusters” el del golf y el de la pesca deportiva; sin embargo, al no integrarse estas políticas al desarrollo local del destino, la falta planeación estratégica y de controles a la ambición desmedida de los desarrolladores inmobiliarios y de tiempo compartido, nunca fue posible detonar dichos clusters.

No obstante, a pesar del auge del destino en el periodo antes referido, a partir de 2005 se observa una caída del 31% en el flujo de visitantes extranjeros que arriba a Los Cabos por vía aérea (de 1,235,062 en 2005 a 842,606 en 2010). La disminución no es tan notoria si se analiza la afluencia total, es decir la que incluye los visitantes nacionales y los que arriban vía cruceros, en cuyo caso la disminución en el número de visitantes es solo de un 10%.

Es necesario referir que el turista con mayor poder de compra y gasto promedio en la zona es el extranjero que arriba por vía aérea, el cual que permanece en el destino 3.5 días (SECTUR, 2010)

en promedio, estimándose que su gasto promedio en 2010 fue de U\$1,336 dólares (superando significativamente al promedio nacional). Por lo tanto, para efectos de este trabajo, este tipo de turista constituye la base del desarrollo económico del destino, de ahí la importancia que se le atribuye a este segmento de mercado.

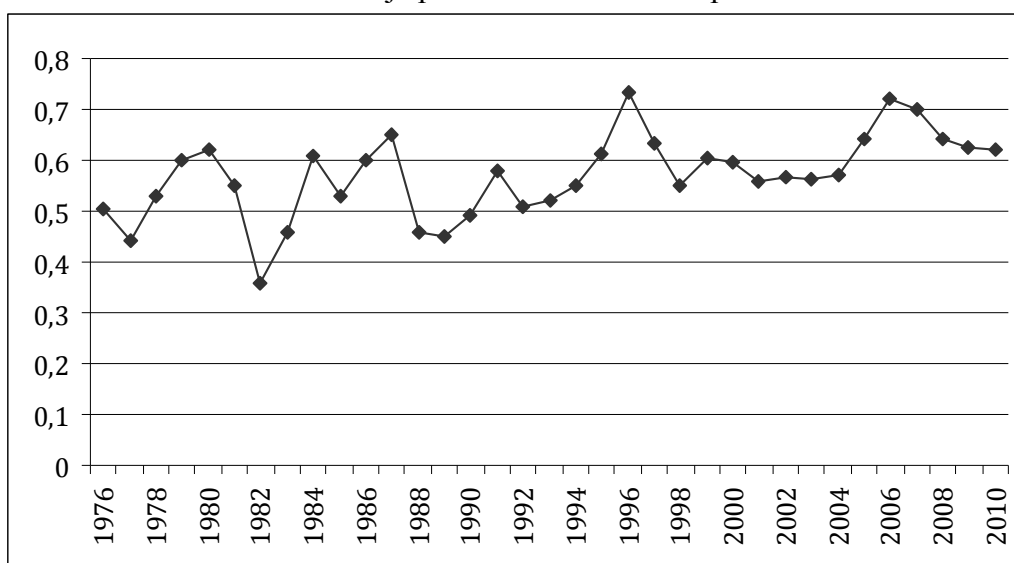
Las cifras reflejan que desde 2005 comienzan a gestarse factores internos y externos para la economía de Los Cabos, mismos que influyeron para no mostrar el crecimiento espectacular que había registrado anteriormente, entre estos factores destacan:

- Una sobreoferta de productos y servicios turísticos, con muy poca diferenciación y con precios elevados en relación a otros destinos turísticos de sol y playa.
- El periodo de auge propició una excesiva oferta de desarrollos inmobiliarios y de UTC. Este factor propició el traslado de las inversiones en nuevos desarrollos y mega proyectos, hacia otros destinos nacionales que tienen menos oferta o de creación reciente.
- Un fuerte impacto sobre las necesidades de infraestructura urbana y de servicios públicos derivados del crecimiento exponencial de la población.
- La disminución de uno de los principales atractivos, como lo es la pesca deportiva.
- Una fuerte crisis en el transporte turístico, la cual se agudiza precisamente durante este periodo (hace crisis el añejo conflicto entre las transportadoras turísticas y los gremios de taxis de la localidad).
- La crisis económica de Estados Unidos, el cual es el principal mercado emisor, misma que se agudiza a partir de la crisis de los mercados inmobiliarios en ese país.
- La inseguridad que identifica a México a nivel internacional y que se ha generalizado para todos los destinos turísticos del país.
- La crisis derivada de la influenza AH1N1.
- Una fuerte y creciente competencia con otros destinos turísticos que están siendo impulsados por parte de SECTUR, como lo es la Riviera Nayarita.

2.6.- Índice de ocupación y derrama económica.

El promedio de ocupación hotelera para el periodo 1990-2000 fue del 72%; pero a partir de la crisis de septiembre de 2001 esta disminuye al 55.7%. En 2005 este índice se recupera al registrar un promedio del 70%, sin embargo se observa que a partir de 2007 comienza disminuir llegando al 59% en 2010, cifra inferior a la que registran los destinos de playa con los que compete Los Cabos (la Riviera Maya registra un promedio de 77% y la Riviera Nayarita un 75.6% para el mismo año).

Gráfica 6
Los Cabos: Porcentaje promedio anual de ocupación hotelera.



Fuente: Fondo Nacional de Turismo, Barómetro Estadístico, Centro Integralmente Planeado Los Cabos y Dirección Municipal de Turismo del Ayuntamiento de Los Cabos.

3.- ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL DESTINO TURÍSTICO DE LOS CABOS.

Como resultado del análisis del destino, de las investigaciones de campo y de las entrevistas realizadas a diferentes actores y expertos en el desarrollo de la actividad turística en México, se identificaron los siguientes factores que inciden en las fortalezas y debilidades estratégicas del destino. Entre las fortalezas que favorecen el contexto económico del destino, se encuentran:

- Un fuerte crecimiento económico del municipio, el cual se sustenta en el desarrollo turístico mismo que –a su vez- es fortalecido por una elevada captación de divisas.
- Cercanía con el principal mercado emisor de turistas que es Estados Unidos en general y California en particular.
- Existe una gran especialización laboral, especialmente en la prestación de servicios relacionados con el turismo.
- Los Cabos es un destino turístico reconocido a nivel internacional, de ahí que la mayor parte de los visitantes sean extranjeros.
- Existen recursos naturales y condiciones ambientales que favorecen la actividad turística en la zona.
- El gasto promedio por visitante es superior al promedio nacional, \$ 1,336 dólares (SECTUR, 2010).

- Los Cabos se ha mantenido en el primer lugar de la competitividad hotelera a nivel nacional, medida en términos de ingreso por cuartos disponibles. Esto a pesar de la disminución del promedio de ocupación entre 2000 y 2009, derivado de su carácter de destino exclusivo, lo que le ha permitido aplicar tarifas elevadas en comparación a otros destinos de playa de similar calidad (DATATUR, 2009).

Entre las debilidades que afectan la competitividad de la economía de Los Cabos y que –por lo mismo- tenderían a frenar o a impedir la competitividad de las empresas que allí existen o que se van a instalar, es posible encontrar:

- El incremento en el número de habitantes y el acelerado flujo de inmigrantes y sus efectos sobre el crecimiento urbano (que es mayor a la media nacional), lo que ha acentuado el rezago en la prestación de servicios públicos e infraestructura urbana.
- Producto de lo anterior, se han incrementado las tasas de marginalidad social y urbana.
- Dado el crecimiento económico y de población, es notorio el aumento en el número de delitos comunes y contra la salud; así como un incremento en la demanda ciudadana por mayor seguridad pública.
- La presencia de fenómenos meteorológicos que regularmente afectan el destino, provocan inestabilidad económica, crisis en la infraestructura y riesgos sociales.
- Es creciente la escasez de agua, situación que se liga con el incremento de la demanda y la falta de cultura para su buen uso, aprovechamiento y ahorro.
- Una elevada dependencia hacia el interior del país o Estados Unidos, para el abasto de bienes e insumos de todo tipo, lo cual genera precios de mercado notoriamente más elevados que en el resto del país.
- La actividad económica se encuentra altamente concentrada en el sector turismo, no existiendo integración económica con los sectores productivos locales
- Este sector tiene como debilidad su dependencia del turismo norteamericano y –en consecuencia- de la situación que guarde la economía de ese país.
- La actividad turística ejerce una efectiva presión sobre el medio ambiente.
- Identidad local poco definida y crecientes problemas de desintegración social.

En general, el futuro económico de Los Cabos y sus repercusiones, dependerán –en gran medida- de la habilidad, experiencia y grado de aceptación del riesgo de cambios por parte de los agentes locales, a fin de superar estas debilidades y transformarlas en un elemento favorable para su propio desarrollo.

4.- APLICACIÓN EMPÍRICA DE LA TEORÍA CICLO DE VIDA DE DESTINOS TURÍSTICOS AL CASO LOS CABOS.

La teoría del CVDT de Butler parte del supuesto que todas las zonas turísticas son dinámicas, que evolucionan y cambian con el tiempo. Esta evolución es el resultado de una gran cantidad de factores, en los que el autor destaca:

- ✓ Cambios en las preferencias, gustos y necesidades de los visitantes (como consumidores).
- ✓ El deterioro gradual de la planta física e instalaciones del destino.
- ✓ La modificación (e incluso desaparición) de los atractivos originales, naturales y culturales que fueron responsables de la popularidad inicial de la zona. Para el caso de Los Cabos los atractivos que originalmente ayudaron a detonar el destino fueron: mar, desierto, tranquilidad, pesca deportiva, seguridad y privacidad.
- ✓ Incremento en la capacidad de carga del destino.
- ✓ Poca atención a la planeación y gestión del destino en aspectos fundamentales, como son los factores ambientales y sociales, mismos que en el largo plazo contribuyen a su permanencia y sustentabilidad en el mercado internacional del turismo (Vera, 2010).

La teoría del CVDT distingue seis fases en la evolución de un área turística (Butler, 1980): descubrimiento, inicio, desarrollo, consolidación o madurez, estancamiento y tras esta última fase declive o rejuvenecimiento; de manera muy sintética, se puede señalar que estas fases analizan la evolución del destino turístico desde las primeras visitas (cuando la oferta es prácticamente inexistente) al proceso de integración de una estructura del desarrollo turístico, de forma paralela al crecimiento de la popularidad del destino y del volumen de turistas, hasta que la tasa de crecimiento de la demanda comienza a decrecer, debido a la presencia de los factores sociales y ambientales antes referidos. Esta teoría aborda de manera muy oportuna la interacción entre los destinos y el mercado; en diversos estudios empíricos, ha sido considerada para el diagnóstico de los síntomas de declive de un destino y la necesidad de comenzar a actuar de manera proactiva.

La fase de madurez no se presenta en un punto fijo de desarrollo del mismo; por lo general se caracteriza por el registro de importantes cambios en el ambiente competitivo de los desarrollos turísticos consolidados (DTC) los cuales, al detectarse, requieren necesariamente de una respuesta estratégica en la gestión del modelo de desarrollo de este sector. La duración de cada fase varía dependiendo los destinos turísticos, por ejemplo, se puede mencionar que los ciclos de vida para destinos turísticos de playa tradicionales en México, tales como Acapulco y Mazatlán, han sido más largos (aproximadamente 35 años); mientras que los CIP (como Cancún y Los Cabos) se les ubica en un periodo más corto (aproximadamente de 25 años) (Barbosa, 2002).

Al respecto, es conveniente señalar que el modelo de desarrollo turístico de Los Cabos comenzó a registrar señales de alarma aproximadamente desde el año 2002, así lo indican estudios realizados para analizar el fenómeno turístico de Los Cabos, tales como “El estudio integrado sobre la evolución, Situación actual y perspectivas económicas y sociales de Los Cabos” (Gran Visión Los Cabos 2025, 2005) en donde se señala que (considerando solo los proyectos en proceso y planeación detectados en 2004) Los Cabos crecerá en el corto y mediano plazo al doble de la oferta en aquel momento; con base en este supuesto, se formuló un escenario tendencial que supone que la actividad turística en Los Cabos continuaría con los mismos patrones de crecimiento, manteniendo una dinámica similar a la del periodo 1993-2003, escenario en el cual (según se afirma en el referido documento) el destino se orientaría hacia un crecimiento descontrolado con altos costos para la población y para el medio ambiente.

Tal como refiere la teoría de Butler y otros estudiosos del fenómeno turístico que han abundado en el tema (Ritchie & Crouch, 2003; Valls, 2004; Rocha, 2007; Gonzales, 2008; Pascarella, Fontes, & Rubems, 2010), la evolución de los destinos de playa como Los Cabos tienden a una disminución de su atractivo y al deterioro progresivo de su economía. Para que esto no ocurra, los referidos autores coinciden en recomendar la aplicación sistemática de políticas públicas y estrategias privadas de negocios, orientados a fomentar la innovación y el incremento en la calidad del destino.

Los Cabos como destino turístico, presenta todas las características de haber alcanzado la etapa de madurez de acuerdo con la teoría del CVDT; así se concluye al observar un breve resumen de los indicadores del turismo que comúnmente se utilizan para determinar la factibilidad de la aplicación de esta teoría. Por ello, en los ámbitos económico y político, existe inquietud y dudas acerca de si el destino tiene suficiente capacidad para adaptarse a las tendencias actuales del mercado turístico a nivel mundial.

En el caso particular de esta investigación, el tratar de aplicar la teoría del CVDT en Los Cabos tiene el propósito de evaluar la evolución y tendencia como destino turístico, así como el estatus en el que se ubica con el fin de utilizar esta información como un instrumento diagnóstico-preventivo para el desarrollo de la región y proponer -si así se requiere- un modelo turístico que incorpore factores endógenos y de desarrollo local, así como estrategias para el reposicionamiento de Los Cabos como destino turístico internacional.

Aun cuando diversos autores cuestionan la aplicabilidad y el relativo determinismo de la teoría del CVDT (Vera Rebollo & Baños Castañeira, 2010), en el caso de Los Cabos el análisis e interpretación de los indicadores (que de manera sintética se presentan en el cuadro adjunto), permiten deducir que el destino se ubica en una situación de alerta, demostrando -justamente- la

problemática que refiere la teoría del CVDT (Butler, 1980) cuando las zonas turísticas se ubican al inicio de la fase de madurez.

Indicadores básicos de la actividad turística en Los Cabos

Concepto/Año	1980	1990	2000	2005	2010
Población Total	35,790	43,920	105,469	164,162	238,487
Afluencia Turística Extranjera	39,200	228,000	464,200	1,235,602	842,606
Numero de Hoteles	12	22	55	73	82
Habitaciones en hoteles y UTC.	729	2,531	6,167	10,883	13,390
Número de vuelos aéreos	1,373	4,625	7,680	19,473	18,213
PIB de BCS (miles de pesos)	n.d.	21,967,617	27,049,257	45,684,283	75,181,816
PIB de Turismo de BCS (miles de pesos)	4,313	843,609	6,818,492	8,426,927	6,551,063
Porcentaje promedio de ocupación anual	62%	49%	61%	70%	59%
Tarifa promedio (en dólares)	US\$ 74	US\$ 110	US\$ 164	US\$ 166	US\$ 154
Promedio de estadía (días)	5.2	4.5	3.7	4.6	3.5

Fuente: Elaboración propia en base a investigación documental de: Datatur, Fonatur, Sectur, Secretaria de Turismo. BCS, Dirección Municipal de Turismo Los Cabos.

De esta manera, el primer indicador que dicha teoría considera para que se presente esta situación, es que la tasa promedio de crecimiento de la población entre 2005 y 2010 fue de un 126%, mientras la afluencia turística (este caso la extranjera que arriba por vía aérea), solo se incrementa en un 81% para el mismo periodo. Al mismo tiempo, se debe de considerar que a partir de 2007, la participación del PIB que genera el turismo como actividad económica³ también muestra tendencia negativa (entre 2005 y 2010 disminuye en un 22%). También registran tasas negativas para este periodo de análisis indicadores como: derrama económica, el porcentaje de ocupación promedio y las tarifas promedio de cuartos de hotel, estas últimas han disminuido en el afán de mantener su competitividad en el mercado con base en precios.

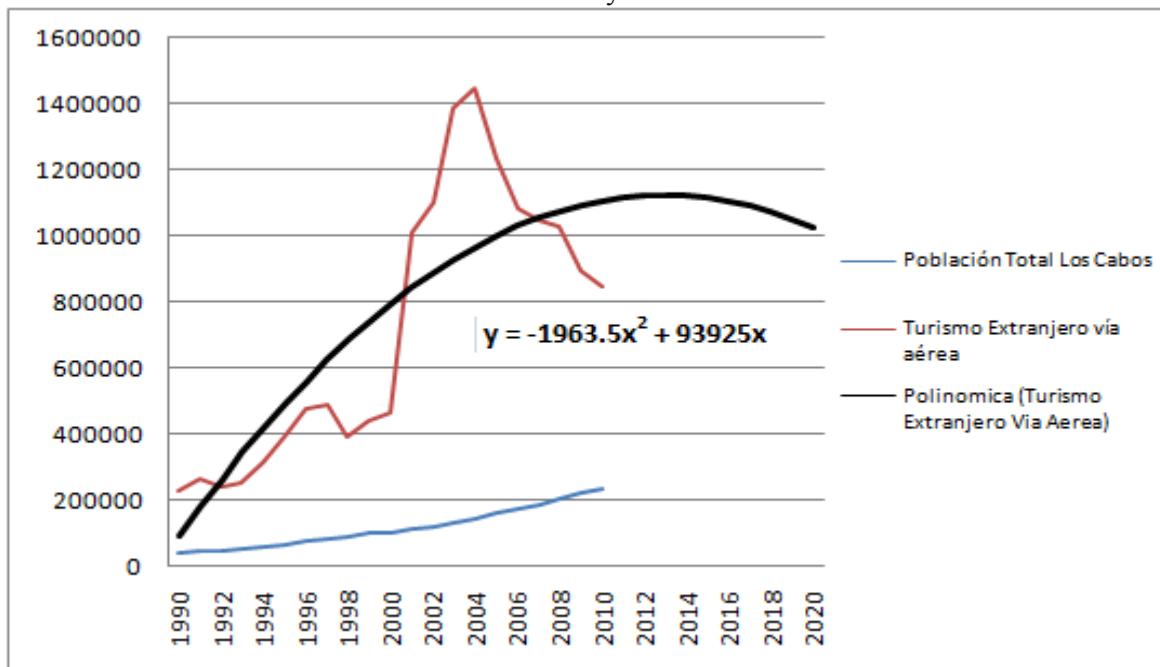
Al aplicar el modelo del CVDT a Los Cabos, se aprecia que la fase de “exploración” o inicio del destino se da entre 1970 y 1990⁴, para alcanzar su pleno apogeo y desarrollo entre 1990 y 2004, ya que a partir de 2005 la curva comienza a mostrar una inflexión con tendencia a la disminución de la afluencia turística. Utilizando el ajuste del método de regresión lineal para calcular la tendencia polinómica, se observan dos periodos: el primero correspondiente a la fase de crecimiento y posterior desaceleración del destino, puesto que el análisis arroja un coeficiente del término cuadrático negativo, lo que indica que la parábola de ajuste encuentra un valor máximo (en 2004

³ Cabe recordar que el análisis de la participación del Turismo en el PIB, se realizó con base en los datos del PIB de BCS, dado que no existen datos desagregados a nivel del Municipio de Los Cabos, pero se parte de la base que en este destino se lleva a cabo la mayor parte de la actividad turística del estado.

⁴ Los factores que inciden positivamente en esta fase fueron: la construcción del aeropuerto internacional de Los Cabos y de la marina de Cabo San Lucas, la conclusión de la carretera transpeninsular, la creación del Municipio de Los Cabos, el Plan maestro de Fonatur para la creación del CIP y las inversiones en varios hoteles de gran turismo y 5 estrellas.

con 1.45 millones de turistas extranjeros), a partir de lo cual comienza a desacelerarse, indicando un decremento o caída moderada, tal como se muestra en la gráfica adjunta.

Grafica 7
Los Cabos: ciclo de vida y tendencia del destino



Fuente: Datos obtenidos de la página: <http://es.scribd.com/doc/38512560/Diagnostico-poblacional-de-b-c-s> Y: <http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/perspectivas/perspectiva-bcs.pdf>

Al contrastar esta aplicación empírica con las señales de alarma que se indican en la fase de madurez del CVDT, el modelo refiere que los tomadores de decisión del destino turístico (agentes o actores locales) podrían enfrentar tres opciones.

1. Continuar con el mismo modelo de desarrollo y políticas: mismas que a la fecha no están respondiendo de forma adecuada, lo que implica dejar que el destino pierda competitividad y se convierta en un destino estancado o en franco declive.
2. Optar por la estabilización: en la cual el destino decide reforzar los productos y servicios existentes, al mismo tiempo implementar las acciones necesarias para mantener los segmentos de mercado existentes.
3. Reposicionamiento ó rejuvenecimiento: que es lo más recomendable, en esta opción los agentes y actores del sistema turístico del destino deben generar sinergias, realizar la reingeniería del mismo e introducir los cambios y mejoras sustanciales que permitan atraer nuevos mercados además de consolidar su actual segmento.

A manera de conclusión, con base en los resultados del análisis realizado y de las entrevistas exploratorias realizadas entre diversos actores del destino, se proponen algunas líneas de actuación

tendientes a favorecer el inicio del redimensionamiento del modelo de desarrollo turístico en Los Cabos:

- Diseñar y aplicar políticas públicas que promuevan y regulen la gestión del destino turístico en un marco de sustentabilidad.
- Planteamiento de estrategias de reingeniería del destino en la que se priorice ó destaque la diversificación de los productos turísticos, se amplíe la oferta complementaria y se propicien sinergias entre los actores económicos locales. Una posible opción que se vislumbra y que habría que evaluar, es la de aprovechar la ventaja de los recursos naturales de la zona rural de Los Cabos y explorar la posibilidad de actividades y proyectos ecoturísticos, pero definitivamente se deberá planear inserto en un marco regulatorio y con una visión a largo plazo.
- Integrar estrategias de administración y gestión del destino que permitan ampliar el beneficio que genera la actividad turística a la población local, mediante la integración de cadenas de valor en torno al turismo receptivo, fortaleciendo así la posición de los actores locales.
- Se propone una integración horizontal, vinculada con productos turísticos que enlacen determinados recursos, equipamiento y segmentos de demanda.

Finalmente se debe de indicar que a partir del diagnostico y panorama antes descrito, se reafirma la hipótesis inicial de esta investigación, es decir que la tarea siguiente consiste en el planteamiento y formulación del modelo de desarrollo turístico que atienda la problemática antes planteada, siendo una alternativa (quizás la más recomendable) la aplicación del modelo de desarrollo económico local, ya que involucra la participación de los sectores público, privado y social en pos de una sola meta.

BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, M. A. (2007). *Desarrollo SOstenible y Gestión del Turismo*. México, México: Trillas.

Antón, C. S. (2004). De los procesos de diversificación y cualificación a los productos turísticos emergentes. Cambios y oportunidades en la dinámica reciente del turismo litoral. *Papeles de Economía Española* , 316-332.

Barbosa, A. (2002). *Cuatro Casos de Análisis Comparativo de Destinos Turísticos de Playa en México*. Recuperado el Febrero de 2010, de SECTUR: <http://www.sectur.org.mx>

- Barroso, M. D. (2006). La competitividad internacional de los destinos turísticos: Del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico. (U. d. Murcia, Ed.) *Cuadernos de Turismo* , 7-24.
- Bosch, J. L. (2003). Los centros turísticos como escala de desarrollo local. El rol de los municipios turísticos en un contexto de globalización de la economía. *Aportes y Transferencias* , 2, 31-42.
- Bouillon, R. (2006). *La Planificación del Espacio Turístico* (Vol. II). Ciudad de México, Distrito Federal, México: Trillas.
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist area, cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer* , XXIV (I), 5-12.
- DATATUR. (2009). *Reypar: Un Indicador de Competitividad*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2011, de http://datatur.sectur.gob.mx/wb/dataturrentabilidad_hotelera
- Gonzales, M. (2008). *Planificación Estratégica del Desarrollo Sostenible en Destinos Turísticos de Sol y Playa. Cayo Las Brujas, Cuba*. Recuperado el Abril de 2011, de Itinerarium: <http://www.seer.unirio.br/index.php/itinerarium>
- Gran Visión Los Cabos 2025. (2005). *Documento Gran Visión: Proyecto Los Cabos 2025*. San José del Cabo: Municipio de Los Cabos.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación* (Vol. V). Ciudad de México, Distrito Federal, México: Mc Graw Hill Educación.
- IMPLAN. (2011). *Memorias Talleres de Metodología de Actualización del Plan de Desarrollo Urbano 2040 Los Cabos*. Municipio Los Cabos, Los Cabos, San José del Cabo, B.C.S.
- INEGI. (2006). *II Censo de Población y Vivienda 2005: Resultados Definitivos*. México, México: INEGI.
- INEGI. (2011). *México en Cifras, Información Nacional*. Recuperado el 5 de Marzo de 2011, de INEGI: www.inegi.org.mx
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2010). *Marketing Para Turismo* (Vol. III). Madrid, España: Pearson Educación.
- Mazaro, R. (2009). Desde la Quimera a la Realidad: haciendo operativa la sostenibilidad estratégica en destinos turísticos. *Turismo em análise* , XX (3), 504-524.
- Mazaro, R., & Varzin, G. (2008). Modelos de Competitividad de Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad. *Revista de Administración Contemporánea - RAC* , XII (003), 789-809.

Molina, S. (2009). *Fundamentos del Nuevo Turismo: de la fase industrial a la de innovación* (Vol. II). Ciudad de México, Distrito Federal, México: Trillas.

Molina, S. (2007). *Política Turística en México* (Vol. I). Ciudad de México, Distrito Federal, México: Trillas.

OMT. (2005). *Indicadores de Desarrollo Sostenible para los Destinos Turísticos* (Vol. I). Madrid, España: OMT.

Pascarella, R. F. (2010). Competitividad de los destinos turísticos. Modelo de evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicaciones en las políticas públicas. *Estudio y Perspectiva en Turismo*, 19 (I), 1-17.

Ritchie, B. C. (2003). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Oxon, Reino Unido: CABI.

Rocha, R. (2007). *Metodología de la Investigación Aplicada al Turismo* (Vol. II). Ciudad de México, Distrito Federal, México: Trillas.

Santos, E., & Fernández, A. (2010). El Litoral Español en la Encrucijada: Entre la Renovación y el Continuo. *Cuadernos de Turismo* (25), 185-206.

SECTUR. (2010). Recuperado el 30 de Agosto de 2011, de Centro de Estudios Superiores en Turismo: www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_perfil_y_grado_de_satisfaccion

SECTUR. (2011). *El Turismo en México: Evolución, Perspectivas, Tendencias y Alineación con los Objetivos del PND 2007-2011*. Recuperado el 30 de Agosto de 2011, de SECTUR: www.sectur.pdf

Valls, J.-F. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. (ESIC, Ed.) España: Gestión 2000.

Vera Rebollo, F. (1994). El Modelo Turístico del Mediterráneo Español: Agotamiento y Estrategias de Reestructuración. (V. I. TURISTIC, Ed.) *Papers de Turismo* (14-15), 131-147.

Vera Rebollo, F., & Baños Castañeira, C. (2010). RENOVACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS CONSOLIDADOS DEL LITORAL: LAS PRÁCTICAS RECREATIVAS EN LA EVOLUCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO. (I. U. Turísticas, Ed.) *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (53), 329-353.

Vera, F. R. (Mayo de 2010). Reestructuración y competitividad en destinos maduros de sol y playa: la renovación de la planta de hoteles Benidorm. Recuperado el Enero de 2011, de Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante (RUA): <http://rua.ua.es/dspace/mayo-2010>

CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS PARA LA REESTRUCTURACIÓN TURÍSTICA DE UN DESTINO MADURO: EL CASO DE CULLERA.

Autor:

David Giner Sánchez

Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat.tur)

Conselleria de Turisme

giner_dav@gva.es

RESUMEN

Asociados a las diferentes etapas del ciclo de vida del destino turístico y a las dinámicas socioeconómicas que caracteriza a cada una de ellas, los cambios en las funciones y estructura urbana de los espacios turísticos representan uno de los principales indicadores de su adaptación y evolución en el tiempo.

En el caso de Cullera, su evolución como destino turístico ha mantenido la espontaneidad de sus inicios a lo largo de las últimas cuatro décadas. Ligada a la aparición y fluctuación de actividades de oferta complementaria y hostelería y a la dinámica inmobiliaria, con y sin fines turísticos, Cullera ha experimentado una profunda transformación de su estructura urbana, demográfica y socioeconómica. Como resultado, el municipio atraviesa una fase de madurez-estancamiento turístico desde hace décadas y presenta enormes desequilibrios urbanos y económicos entre las diferentes zonas turísticas de su litoral y casco antiguo, también denominado como “*ville préexistante au tourisme*” o “*ville pretouristique*” (Riecau, 2004), donde se concentran la mayor parte de las actividades comerciales, terciarias y administrativas orientadas a la población local.

Cullera responde a un modelo turístico de sol y playa consolidado, con una alta estacionalidad y un alto grado de obsolescencia en sus estructuras urbanas y en su oferta turística. A pesar de ello, Cullera continúa ejerciendo como referente en la prestación de servicios turísticos de su entorno, actividad que comparte con la construcción y, en menor medida, con la agricultura.

No obstante, Cullera se enfrenta al reto de consolidar la actividad turística como el verdadero motor de su economía. Un proceso que exige una revisión integral de su modelo turístico y de ciudad actual y que implica una profunda reflexión sobre la fase del ciclo de vida en que se encuentra Cullera, y que será objeto de la presente comunicación con el fin de analizar y dibujar los posibles escenarios estratégicos hacia los que debe orientar su evolución como destino turístico.

Palabras clave

Cullera, ciclo de vida, reestructuración urbana, renovación turística

1. CARACTERIZACIÓN TERRITORIAL, URBANA Y SOCIOECONÓMICA DE CULLERA

El análisis que a continuación se presenta pretende hacer un balance de los principales factores que definen el modelo turístico de Cullera, reflexionando sobre su evolución y entrando al detalle de los elementos y condicionantes más característicos del mismo en la actualidad, y estableciendo una serie de recomendaciones o retos de futuro que deberá afrontar en su proceso de renovación turística.

Cullera concentra algunos de los aspectos característicos y más comunes de los destinos turísticos de sol y playa del Mediterráneo español: el predominio de la demanda nacional, el protagonismo de los apartamentos como tipología mayoritaria de alojamientos turísticos, el poder del negocio inmobiliario en la configuración urbana y en la estructura económica del destino, el desarrollo en torno a la primera línea de costa, el atractivo del sol y playa como principal referente, y del ocio nocturno y la gastronomía como elementos complementarios destacados, etc.

1.1 Antecedentes sobre el desarrollo territorial de Cullera

El municipio de Cullera se localiza al sur de la ciudad de Valencia, a tan sólo 38 km. Pertenece a la comarca de la Ribera Baixa, en la que ocupa una extensión de 54 km². Sus límites territoriales se dividen al norte con la ciudad de Sueca, al oeste con Corbera, Llaurí y Favara, al sur con Tavernes de Valldigna (comarca de La Safor) y al este con la línea de costa.

Su territorio se configura sobre las tierras de la llanura del río Xúquer, espacio caracterizado por la presencia de cultivo de cítricos, la pervivencia del arrozal y residuos de las amplias áreas de marjal sobre las que se han ido estableciendo las tierras de cultivo. De hecho, al norte del municipio se extiende una zona húmeda que forma parte del Parque Natural de la Albufera de Valencia. En la planicie sedimentaria, marcada históricamente por los episodios de inundación del Xúquer, emerge una estribación montañosa aislada, la Serra de les Raboses, a cuya falda, por los lados sur y este, se adosó el núcleo histórico de población y desde donde se ha ido expandiendo hacia el llano de inundación y a lo largo de la costa (VERA, ROMERO, CORTINA Y OBIOL, 2008). Así pues, por el término municipal de Cullera discurre y desemboca el río Xúquer, se adentra parte del Parque Natural de la Albufera de Valencia y también se eleva la Serra de les Raboses o Montaña de Cullera.

Por tanto, la estructura urbana de Cullera se ha desarrollado condicionada por la existencia de importantes elementos naturales:

- Al este la línea de costa
- Al norte el Parque Natural de La Albufera y la Serra de les Raboses
- y al sur la ribera del río Xúquer y su desembocadura



Fuente: elaboración propia

El municipio creció dando continuidad a sus orígenes urbanos, ubicados en las faldas de la Montaña de Cullera, en torno al castillo-fortaleza, y configurando así el actual casco antiguo, espacio también conocido como “zona del pueblo” o “preturístico” por algunos autores como Rieucan (2004), hasta alcanzar la orilla de la ribera del río Xúquer al sur y encontrarse con los campos de huerta de la zona norte de su término municipal.

No obstante, la dinámica inmobiliario-turística iniciada a finales de los años sesenta marcó un punto de inflexión en la estructura socioeconómica de Cullera y sobre todo impulsó al municipio hacia un fuerte crecimiento inmobiliario concentrado en la primera línea de costa, que la transformó generando un núcleo turístico-residencial en la zona de San Antonio que mantiene una escasa integración en la estructura urbana y en la dinámica socioeconómica local.

El desarrollo urbanístico ligado a la actividad turístico-residencial, por su tipología dominante de bloques de apartamentos, no ha generado en Cullera implantaciones de gran extensión, consumidoras de suelo, como en destinos vecinos. Al margen de algunos procesos más o menos espontáneos y otros más recientes que impactan de lleno en el paisaje costero, el máximo desarrollo corresponde a la costa entre la playa de Sant Antoni y el Faro, entre la sierra y la ribera del mar (VERA, ROMERO, CORTINA Y OBIOL, 2008).

Los 15 km. de longitud costera con que cuenta Cullera comprenden una notable diversidad de entornos, desde las playas abiertas y extensas del sector norte, que integran ambientes propios del Parque Natural de La Albufera (playas de Sant Llorenç y el Dosel), para continuar por los cantiles y calas del Faro, Cap Blanc y El Racó, hasta las playas más urbanas de Sant Antoni y la Escollera, para seguir al sur del Xúquer de nuevo con extensas y amplias playas como la del Marenyet, L'Estany y el Brosquil, en el límite sur del municipio (VERA, ROMERO, CORTINA Y OBIOL, 2008).

A ello hay que añadir la existencia del río Xúquer, un espacio navegable dentro de su término municipal que lo configura como uno de los pocos municipios con puerto deportivo y pesquero fluvial de la Comunidad Valenciana, con el abanico potencialidades turísticas en el plano de lo deportivo y medioambiental que ello supone; y que junto con la montaña han condicionado el dibujo urbanístico del municipio.

El resultado fue la actual configuración urbana de Cullera, caracterizado por la dualidad costa-pueblo y la aparición de núcleos turísticos de segunda residencia diseminados a lo largo de todo el término municipal que responden a las necesidades de expansión de cada etapa por la que ha atravesado el municipio. De esta forma podemos destacar, al margen de la zona de San Antonio como principal centro turístico de Cullera, la zona del Dosel, Racó y Faro, caracterizada por la combinación de construcciones intensivas en altura y extensivas, y la zona del Brosquil, Estany y Marenyet, donde domina el desarrollo inmobiliario extensivo de baja altura y se combina el uso turístico con la residencia habitual.

No obstante, la realidad turística de Cullera no se ajusta en la actualidad a las potencialidades de su diversidad natural y paisajística. Los años de desarrollismo, y posteriores, que convirtieron a Cullera en uno de los referentes del sol y playa de España centraron el crecimiento turístico del municipio en torno a la primera línea de costa, en zonas alejadas del casco urbano tradicional, generando una dualidad territorial que hoy en día aún se presenta como el principal elemento a resolver para la regeneración social, económica y turística de la ciudad.

1.2. La estructura urbana como condicionante del modelo turístico de Cullera

La evolución turística de la ciudad, estrechamente ligada y condicionada al desarrollo inmobiliario, ha atravesado diferentes fases hasta la actualidad tal y como se describe a continuación (a partir de Riecau, 2004):

- 1960 - 1975: a principios de la década de los años sesenta aparecen los primeros inmuebles en la zona de la playa, principalmente en San Antonio. Aprobado el Plan General de Ordenación Urbana 1965, la actividad inmobiliaria y el desarrollo de infraestructuras y servicios se dispara en la zona de la playa, sustituyendo así al tradicional paisaje de campos de cultivo que caracterizaba hasta este momento al litoral de Cullera. Es el inicio de la duplicidad de centros urbanos que afecta al municipio.
- 1975 - 1980: se produce la consolidación del desarrollismo iniciado por el PGOU y complementado con diferentes Planes Parciales. La zona de la playa se convierte en un lugar de segunda residencia tanto para los cullerenses como para la población de la comarca y de otras zonas de España. Las zonas rurales del término municipal de Cullera alejadas de la playa escapan a la alteración de la primera línea de litoral, y se mantienen como el lugar de descanso de la población de Cullera.
- 1980 - 1990: fase de expansión de la construcción de la primera hacia la segunda línea de playa, agudizando de esta forma el efecto paisajístico y ambiental producido por la verticalidad y espontaneidad del desarrollo de los inmuebles.
- 1990 - 2007: se mantiene el crecimiento inmobiliario intensivo en la proximidad de la franja litoral de municipio, hacia los extremos del mismo, alejándose así de la zona principal de San Antonio; se fomenta la construcción de carácter extensivo hacia zonas periféricas del municipio, acompañada de zonas comerciales y servicios; y se aprueba la modificación del Plan General de Ordenación Urbana, que contempla el desarrollo de dos PAI, el del Marenyet y el del Brosquil, ambos ubicados en la franja sur del río Xúquer. Y junto a ellos el macroproyecto (PAI) Bega-Puerto, situado en la franja norte del río y popularmente conocido como “Manhattan de Cullera”, dado el carácter intensivo y vertical de las construcciones que contempla, que contempla un fuerte desarrollo residencial, hotelero y dotacional.

En su artículo sobre el dualismo urbano de las ciudades turísticas *“Dualisme urbain et glissement du centre décisionnel, de la cité prètouristique à la ville touristique, dans l’Espagne méditerranéenne du debut du XXI”*, Riecau (2004) centra la atención en el caso de la ciudad de Cullera, haciendo referencia a dos zonas resultado de ese proceso de

fragmentación urbana citado anteriormente: la “*ville préexistante au tourisme*” o “*ville pretouristique*” y “*ville touristique*”.

Según el autor se trata de dos espacios claramente diferenciados tanto en lo urbanístico como en lo económico y social, que han conseguido mantener, sobre todo el segundo, un nivel de actividad suficiente para ser considerado como nuevo núcleo urbano. No obstante, conviene hacer las siguientes apreciaciones al análisis que realiza Riecau teniendo en cuenta la realidad actual que presenta Cullera:

- Zona de playa o “*ville touristique*”: barrios de San Antonio, Racó y Faro, donde se concentra la oferta inmobiliario-turística y hostelera, así como la población inmigrante. Tiene especial relevancia el papel del barrio de San Antonio, convertido en sus inicios en el nuevo espacio dinámico desde el punto de vista comercial y social. Aunque fue concebido en sus inicios como el nexo de unión o “reasociación” entre el casco urbano tradicional y la playa, si bien en términos geográficos responde a ello por proximidad entre ambos núcleos, años después la realidad es bien distinta y las “fronteras invisibles” playa – pueblo se hacen evidentes ya en esta zona.

En la actualidad el barrio de San Antonio conserva una serie de funciones administrativas, comerciales, de ocio y de servicios, acoge a gran parte de la población inmigrante del municipio y, a pesar de que una parte del barrio mantiene cierta actividad durante todo el año, destaca por su carácter estacional con respecto a la actividad turística marcada por la ocupación de apartamentos y la apertura de un gran número de establecimientos comerciales y turísticos únicamente en torno a los meses estivales.

El principal obstáculo que impide que San Antonio se convierta en un verdadero espacio de unión y reasociación urbana y socioeconómica entre la zona de la playa y el casco antiguo, reside el elevado número de segundas residencias, ocupado principalmente en verano. A ello se une una clara obsolescencia de dichas edificaciones y de la mayor parte de los entornos de esta zona, generando un efecto negativo en la imagen urbana de este espacio.

- Zona del casco urbano, “*ville préexistante au tourisme*” o “*ville pretouristique*”: es el espacio en el que se concentra la actividad residencial, comercial, terciaria y administrativa de la población local. Aunque ha perdido población y actividad durante la última década en beneficio de las nuevas zonas residenciales desarrolladas en la periferia del municipio, especialmente en la franja sur del río Xúquer, se trata del único espacio del municipio que no se ve afectado por periodos temporales. Alberga los principales recursos patrimoniales y espacios culturales del municipio.

Además, contrasta con respecto a la zona de playa o “ville touristique” en la ordenación e imagen urbana, tanto de los espacios e instalaciones de carácter público como de los inmuebles y edificios particulares, mejor cuidados y de reciente construcción o renovación en muchos casos.

El proceso de fragmentación que desplaza el centro urbano tradicional de Cullera hacia la costa en los años sesenta derivó, tal y como se ha comentado, en la dualización de la función urbana y económica de la ciudad.

Esta dualidad territorial que afecta a Cullera desde entonces, podríamos trasladarla a muchos otros destinos consolidados de sol y playa: por un lado, espacios en los que se concentra la actividad más cotidiana y residencial de la población local; y por otro zonas diferenciadas físicamente, a menudo por alguna barrera natural o artificial (carreteras o vías ferroviarias), en las que se concentra la actividad turística de manera claramente estacional. Es, sin duda, un elemento característico de la mayoría de ellos que en el caso de Cullera no ha contado con la visión y planificación urbanística suficiente para regular su evolución.

Por el contrario, y como consecuencia de lo anterior, ese fraccionamiento costa – pueblo ha incrementado con el paso del tiempo agudizando las “discontinuidades espaciales” o “fronteras invisibles” (RIECAU, 2004) en lo económico, social, natural y paisajístico, entre otros, que ya se intuían en sus inicios, lejos de generar sinergias y dinámicas recualificadoras que impulsaran la continuidad entre la zona preexistente al turismo, es decir entre el casco urbano tradicional, y la zona turística.

Por último, la situación descrita no hace sino evidenciar la ausencia de vertebración territorial que caracteriza a Cullera y que tanto dificulta su reordenación social, económica y turística y la equiparación y mejora de los niveles de calidad de vida entre los diferentes espacios urbanos que la integran.

1.3 Apuntes sobre la estructura socioeconómica actual de Cullera

A nivel económico, actualmente Cullera no representa un espacio funcional de relevancia en el entorno de la ciudad de Valencia, ni genera un área económica a su alrededor. Se trata de un espacio que pese al papel tradicional de la agricultura en su economía, especializada en los naranjos y arrozales, sufrió un proceso de reconversión desde la llegada del turismo que ha provocado que en la actualidad la actividad agraria apenas posea relevancia en el cómputo global de la economía local, a pesar de que existe una importante y fértil superficie agrícola de regadío, aunque en claro proceso de transformación hacia usos residenciales, como así lo confirma la apuesta por el desarrollo inmobiliario reforzada en los últimos años por la

aprobación del Plan Vega-Puerto y de dos Planes de Actuación Integral (PAI) en la zona oeste del término municipal. En la actualidad la actividad económica principal de Cullera es claramente la prestación de servicios turísticos y sus actividades inducidas y complementarias, por lo que la terciarización de la economía es muy acusada, correspondiendo al sector servicios el 78% de las actividades económicas registradas. Destaca sobre todo el gran peso de la hostelería en la economía y empleo local, con una gran oferta de restaurantes (VERA, ROMERO, CORTINA Y OBIOL, 2008).

A nivel comercial Cullera cuenta con una tipología de establecimientos vinculada a sus principales motores económicos: la construcción, el negocio inmobiliario-turístico y los servicios.

En la dinámica que mantiene la evolución comercial de la ciudad destaca la distribución de los establecimientos, reflejo de la estructura urbana de la ciudad. De esta forma, el grueso de la actividad comercial se concentra en dos grandes núcleos: la zona de la playa del barrio de San Antonio y la zona del pueblo o casco urbano.

La zona de la playa mantiene una actividad comercial intermitente, vinculada en su tipología y operativa a la actividad turística, con un carácter estacional que se reduce a los meses de mayo a septiembre. Por lo que respecta a la zona del casco urbano, en esta se concentra la mayor parte de establecimientos dirigidos a la población residente en la ciudad.

Por último a nivel demográfico, según datos del INE (2010), Cullera es el segundo núcleo poblacional de la comarca de la Ribera Baixa, por detrás de Sueca, con una población que asciende a un total de 23.813 habitantes y que representa el 32'27% del total comarcal. No obstante, la población flotante de Cullera se estima muy superior, con grandes picos en periodos y fechas vacacionales, dada la gran estructura de carácter turístico-residencial con que cuenta el municipio.

Cabe destacar que el crecimiento poblacional de Cullera no ha seguido la dinámica que su evolución inmobiliaria hacía esperar, al contrario que muchos otros destinos turísticos cuya dinámica inmobiliaria se ha visto reflejada con un importante crecimiento de la población censada.

2. CARACTERIZACIÓN DE LA ESTRUCTURA TURÍSTICA DE CULLERA: OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA ACTUAL

Cullera puede ser considerado como un claro exponente de destino turístico fordista que creció durante los años '50 y '60, se consolidó durante la década de los '70-'80 y vivió una fase de madurez y estancamiento en las décadas posteriores, hasta la actualidad.

Las consecuencias del modelo inmobiliario-turístico de Cullera provocaron una serie de deficiencias o desequilibrios que aún permanecen, algunas de las cuales evidencian su condición de destino fordista maduro (DONAIRE, 1998):

- Ocupación vertical de su territorio concentrada en torno a su principal recurso turístico, la primera línea de costa, la playa.
- Exceso de especialización en el producto de sol y playa y escasa singularidad de su oferta, con la consecuente vulnerabilidad ante los cambios de la demanda.
- Concentración en la captación y mantenimiento de mercados vinculados a la oferta inmobiliario-turística.
- Degradación de los espacios y recursos potencialmente turísticos y del paisaje tradicional
- Preocupación por la maximización del número de visitantes, sin reparar en los posibles impactos ambientales y sociales derivados.
- Escasa formación y reciclaje del sector empresarial a todos los niveles, con una base profesional muy débil.
- Ausencia de mecanismos y estrategias de gestión integral de destino y bajo nivel de colaboración con el entorno y el traspais para la creación de sinergias turísticas.

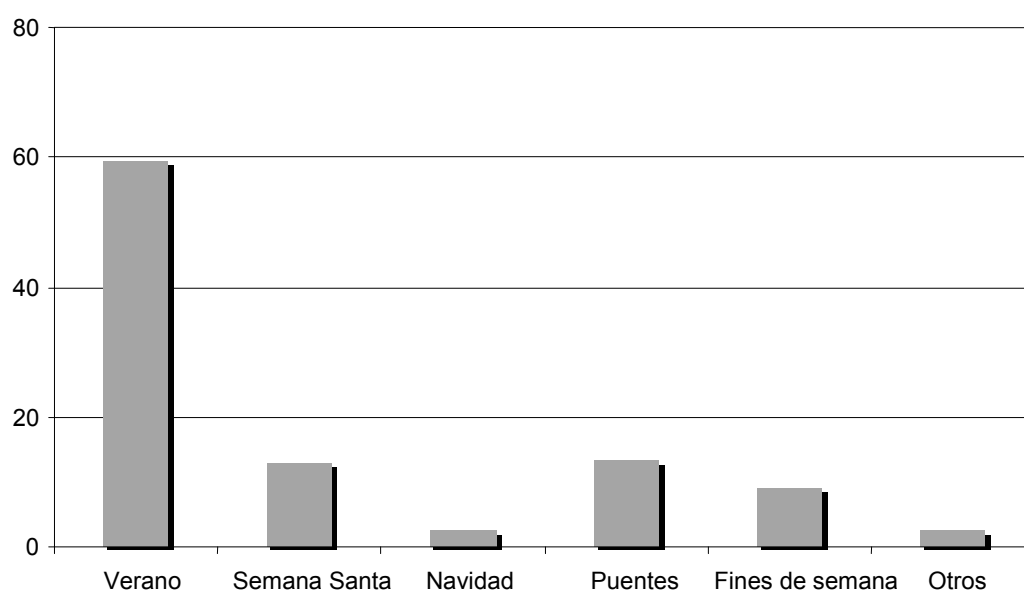
La elección del negocio inmobiliario como vía para el impulso económico y turístico de Cullera no sólo supuso una profunda reconversión socioeconómica del municipio que relegaba a un plano casi insignificante a las actividades tradicionales como la agricultura, a favor de la especialización en los sectores de la construcción y servicios, sino que condicionó su futuro debido a la ausencia de planificación de su crecimiento urbanístico y turístico, con los consecuentes problemas de saturación espacial, presión ambiental y degradación paisajística de la primera línea de costa.

Como resultado, en la actualidad Cullera cuenta con un espacio turístico residencial configurado primordialmente por bloques de apartamentos y algún establecimiento hotelero, con una fuerte estacionalidad en la ocupación, ya que fuera de los meses de verano este espacio pierde densidades residenciales y dinámica económica (VERA, ROMERO, CORTINA Y OBIOL, 2008).

Dicha situación la confirman los resultados del *Estudio de la demanda turística de Cullera: perfil del visitante, 2009*, en el cual se analiza la estacionalidad de la demanda, vinculada a los encuestados que afirmaban haber visitado Cullera en más de una ocasión. En este caso, más de la mitad de los encuestados (54,66%) aseguraba visitar Cullera de vacaciones todos los años (con una media de 3 visitas⁹, y el perfil era, principalmente, el de españoles (valencianos en mayor medida) que pernoctan en vivienda propia.

Para completar la referencia a la estacionalidad turística de Cullera, cabría hacer referencia a otro de los datos que ofrece el citado estudio, referente a las épocas de visita del municipio (Gráfico 1): el verano es la temporada en que mayor número de visitas se producen (59,56%), seguida de los puentes (13,33%), Semana Santa (12,92%) y fines de semana (9,19%). Y en muy bajo porcentaje aparece la temporada baja como elegida para visitar Cullera (2,47%), una cuestión que para el caso de los visitantes alojados en los establecimientos hoteleros de Cullera se presume estrechamente ligada al “parón invernal” que parte de la planta alojativa de Cullera realiza tras el fin de la temporada de verano, entre los meses de noviembre/diciembre y febrero/marzo.

Gráfico 1. Estacionalidad turística de Cullera



Fuente: Estudio de la demanda turística de Cullera: perfil del visitante, 2009

Por último, para finalizar el análisis del modelo turístico de Cullera conviene hacer una breve referencia a la tipología de oferta de alojamientos turísticos y al perfil de la demanda turística del municipio.

Antes de ello es necesario matizar que el análisis de la oferta de alojamientos turísticos de Cullera cuenta con un nivel de dificultad elevado al tratarse de un destino dominado por la segunda residencia turística y no existir ninguna metodología que permita calcular el peso real de las plazas destinadas a uso turístico del total de la planta de viviendas de segunda residencia. Salvo las plazas que dependen de empresas explotadoras de apartamentos turísticos debidamente legalizadas, el resto de viviendas de potencial uso turístico no figura en ningún registro oficial y además su uso es susceptible de cambio con el tiempo.

Esta situación condiciona cualquier intento de estimar la realidad turística de Cullera en cuanto a la caracterización de su oferta turística. Pero también por lo que se refiere a la definición del perfil de su demanda, exigiendo mayor rigurosidad a la hora de llevar a cabo la realización de cualquier análisis y cuantificación de la demanda turística de Cullera.

No obstante, el *Estudio de la demanda turística de Cullera: perfil del visitante, 2009* realiza una estimación de plazas de potencial uso turístico de segunda residencia de Cullera, así como una cuantificación aproximada del número de turistas que recibe anualmente, cuestiones condicionantes de muchos de los aspectos relacionados con la gestión del destino y en la experiencia del turista, y que sin duda son sintomáticos del nivel de presión y de capacidad de carga física, social y económica al que está sometido el municipio.

Para el caso de las plazas de potencial uso turístico de segunda residencia, el estudio estima que el global de Cullera asciende a un total de 60.000 unidades. Y por lo que respecta al número de turistas, se opta por el cálculo de la población flotante o no residente en Cullera a través del consumo de agua y residuos sólidos (datos 2008) para obtener una aproximación.

El resultado es el de una media anual de 38.868 personas, cifra que tras restar el número de residentes empadronados (23.777) arroja una fluctuación media de 15.091 personas, es decir cerca del 64% de la población residente, que ascendía a 194.064 individuos en situación fluctuante en total en el año 2008. Si analizamos la evolución de la población flotante con más detalle obtenemos que los meses de verano, previos y posteriores, es decir de mayo a octubre, son los que mayor volumen de población no censada registran, especialmente los meses de julio, agosto y septiembre (90.583 personas que representan el 46,67% del total de población flotante).

Pero dado que se trata de un cálculo y resultados orientativos, lo realmente relevante es que permite intuir la dimensión del fenómeno de la segunda residencia de uso turístico en Cullera. No obstante, con el fin de mantener el análisis de la oferta turística en unos parámetros reales conviene ceñirnos a los datos de la Agència Valenciana del Turisme.

Así pues si tenemos en cuenta las plazas de alojamientos turísticos reglados (CUADROS 1 y 2), la oferta de plazas hoteleras que ofrece Cullera es relativamente baja en relación a las plazas existentes en apartamentos turísticos. En primer lugar aparecen los apartamentos turísticos con 4.209 plazas que representan el 69,51% de las plazas de alojamiento turístico totales de Cullera, dato que confirma la condición de destino turístico-residencial de Cullera. A continuación, en segundo lugar, se sitúa el alojamiento hotelero con 1.306 plazas que representan el 21,56% (incluyendo hoteles, hostales y pensiones). Y en tercer lugar aparecen las 540 plazas de camping, que representan cerca del 8,91% del total de plazas turísticas regladas del municipio.

Cuadro 1. Distribución de alojamiento hotelero y camping

	Cullera	
	Establecimientos	Plazas
Hoteles	12	1210
5 estrellas	-	-
4 estrellas	2	654
3 estrellas	3	317
2 estrellas	5	203
1 estrella	2	36
Hostales/pensiones	5	96
Camping	1	540
Apartamentos	839	4.209

Fuente: Agència Valenciana del Turisme 2010

La situación descrita anteriormente aún cobra mayor relevancia si se tiene en cuenta que se viene repitiendo durante la última década, en la que las plazas de apartamentos turísticos han sido las dominadoras del alojamiento reglado Cullera, a pesar de haber experimentado una variación del -16% en el periodo 2000-2010. En la misma línea se sitúan los hostales/pensiones, con un descenso del número de plazas del 30,43% y del 38,88% para el caso del camping, que redujo en 210 el número de plazas en el año 2001. Sin embargo, en el global del periodo 2000 - 2010 dicha tendencia ha resultado positiva para el caso de los alojamientos hoteleros, con un incremento del 36,26% de las plazas (de 888 a 1210), a pesar de los altibajos producidos por los cierres y aperturas de establecimientos de 3 y 4 estrellas principalmente.

En cuanto a la elección del alojamiento, más de la mitad de los visitantes de Cullera, el 59%, se aloja en apartamentos o viviendas en secundarias, bien en propiedad, compartidas o alquiladas en origen o en destino. Una cifra significativamente alta y que caracteriza el modelo turístico de Cullera. Los turistas que se alojan en alojamientos hoteleros representan el 27,6% y los que optan por el camping el 13%.

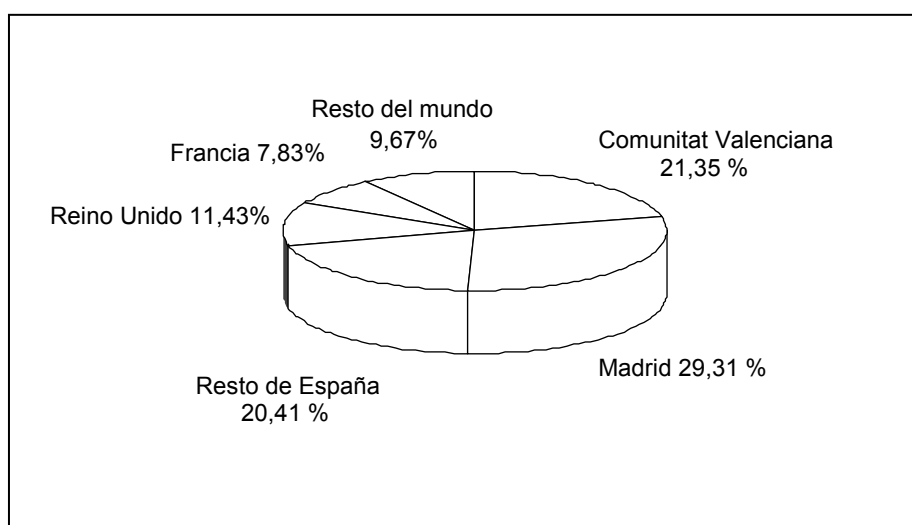
Cuadro 2. Tipología de alojamiento según procedencia

	CV	Madrid	Resto España	Reino Unido	Francia	Resto mundo	Total
Hotel de 3 o + estrellas	1,59	9,09	19,67	34,29	16,67	17,24	13,80
Hotel de 2 o – estrellas	-	3,41	6,56	60,00	16,67	34,48	13,80
Camping	22,22	6,82	9,84	5,71	29,17	17,24	13,30
Vivienda propia	38,10	54,55	45,90	-	29,17	3,45	35,93
Casa compartida o cedida	14,29	15,91	-	-	8,33	10,34	9,39
Vivienda alquilada en origen	14,29	3,41	9,84	-	-	-	6,35
Vivienda alquilada en destino	9,52	6,82	8,20	-	-	17,24	7,43

Fuente: Estudio de la demanda turística de Cullera: perfil del visitante (2009)

Con respecto a la procedencia del visitante, los datos reflejan el dominio de la demanda nacional con un 71%, mientras que la demanda extranjera supone el 29%. En el ámbito nacional, la Comunidad de Madrid ocupa el primer lugar con el (29,31%), seguida de la Comunidad Valenciana, que representa el 21,35%, mientras que un 28,93% son extranjeros, de los cuales Reino Unido (11,43%) y Francia (7,83%) son los principales.

Gráfico 2. Distribución origen demanda



Fuente: Estudio de la demanda turística de Cullera: perfil del visitante (2009)

3. LA NECESIDAD DE LA RECONVERSIÓN DEL MODELO TURÍSTICO DE CULLERA: RETOS DE FUTURO

Tras atravesar una fase inicial de alto desarrollo inmobiliario-turístico, continuar con varias etapas (años '80 -'90) en las que el atractivo del ocio nocturno complementó el del sol y playa, hasta llegar a unas últimas décadas en las que las estrategias de mantenimiento de su posicionamiento turístico se han centrado básicamente en la ampliación de la oferta inmobiliaria y en las que la inversión en la recualificación de la planta hotelera, comercial y de restauración ha sido muy leve, en las que la formación y fomento del empresariado turístico apenas han registrado avances importantes y en las que la mejora y creación de infraestructuras y servicios turísticos no ha recibido la atención necesaria, Cullera vive un momento en el que su modelo turístico y de ciudad requiere de un replanteamiento integral, principalmente desde lo urbanístico y turístico.

Por tanto, siguiendo la teoría del ciclo de vida del producto definida por Butler (1980; 2006), el momento actual por el que atraviesa Cullera como destino turístico podríamos situarlo en la fase de madurez, en plena necesidad de una profunda reestructuración turística.

La evolución turística de Cullera no ha cumplido con las expectativas iniciales. De convertirse en uno de los destinos turísticos de sol y playa más populares de España y con cierta repercusión en mercados europeos como el francés, ha pasado a mantener su liderazgo tan sólo en el mercado de proximidad, con un perfil de visitante vinculado directamente a la propiedad inmobiliaria. Este hecho, concebido en un principio como un elemento generador de cambio positivo de la dinámica social y económica del municipio, lejos de consolidarse y evolucionar de forma ordenada y planificada, derivó en la actual desestructura urbana y turística que caracteriza al municipio.

La principal causa que ha provocado esta situación ha sido la improvisación y espontaneidad en su desarrollo turístico, no así en su vertiente urbanística, sustituida históricamente por la búsqueda de maximización del número de visitantes en torno al sol y playa, obviando que la correcta gestión de un destino turístico exige una estrategia definida y una coordinación de las diferentes áreas directamente vinculadas con el turismo.

En este punto conviene destacar que la puesta en marcha de estrategias de reestructuración en los espacios turísticos litorales requiere, como premisa, un grado de compromiso social entre los diferentes agentes actuantes en cada destino a la hora de acometer procesos de limitación y control del crecimiento de nuevas plazas; la reordenación de áreas saturadas por la urbanización; la protección y recuperación del entorno y mejoras ambientales; la

construcción de infraestructuras y equipamientos; una definición de nuevas pautas en el modelo urbano, y la diversificación del producto, entre las líneas de intervención más habituales (VERA, 1997).

En este sentido, para el caso de Cullera podríamos identificar dos escenarios que definen y obligan a iniciar un proceso de reconversión turística, y que sin duda condicionan de un modo u otro su futuro turístico:

- La pérdida notable del posicionamiento a nivel nacional y de cierta reputación entre determinadas demandas que poseía en etapas pasadas debido a la ausencia de estrategias centradas en la renovación de su imagen, en el mantenimiento y captación de nuevas demandas y en creación de nuevos productos turísticos, lo cual teniendo en cuenta el actual nivel de competencia entre destinos y empresas turísticas, y a pesar de contar con cierta ventaja frente a otros competidores por su tradición turística, dificulta la obtención de resultados positivos a corto o medio plazo y exige redoblar esfuerzos en este sentido.
- La existencia de recursos turísticos locales de gran valor patrimonial y natural con un potencial turístico importante pero carentes de función turística hasta el momento, supone una amenaza para la conservación de su atractivo si su situación actual se mantiene en el tiempo; pero al mismo tiempo se convierte en una gran oportunidad para sostener la creación de nuevos productos orientados a revalorizar el atractivo del sol y playa y por ende el atractivo del destino.

Durante la última década Cullera ha vivido varios intentos de reconducir su futuro turístico, sin apenas resultados tangibles y mantenidos en el tiempo. Pero el punto de inflexión que marca el inicio de una nueva etapa no tiene lugar hasta hace pocos años, con la redacción del Plan Estratégico de Turismo de Cullera en el año 2004. Su puesta en marcha suponía el primer intento por llevar a cabo un desarrollo turístico basado en una gestión planificada del mismo y por tanto una ruptura con la improvisación y espontaneidad que habían predominado hasta el momento.

El Plan Estratégico de Turismo de Cullera nace con el respaldo y consenso de las diferentes fuerzas políticas y empresariales de la localidad. Pero su puesta en marcha no se produce hasta años después.

En 2007 Cullera accede a la concesión de un Plan de Dinamización del Producto Turístico por parte de la Secretaría de Estado de Turismo, con una dotación económica de 2.145.000 €, a financiar por la propia Secretaría, la Conselleria de Turisme de la Generalitat Valenciana y el Ayuntamiento de Cullera, lo que le permite contar con una vía de inversión lo

suficientemente amplia para poder poner en marcha las estrategias principales que el Plan Estratégico de Turismo aconsejaba.

De esta forma durante los últimos años la estrategia turística de Cullera ha estado protagonizada por el desarrollo del Plan de Dinamización del Producto Turístico, y los objetivos a alcanzar y las acciones a desarrollar se han integrado en una sola hoja de ruta representada por dicho Plan de Dinamización del Producto Turístico, adaptando al mismo los objetivos por los que Cullera ya venía trabajando desde años anteriores.

Así, en 2008 Cullera ponía en marcha el Plan de Dinamización del Proyecto Turístico “Cullera de Nou” (“Cullera de nuevo”), un proyecto que como cuyo nombre indica representa una nueva etapa, un nuevo inicio para el turismo de la ciudad, un punto de inflexión para el modelo turístico de la ciudad y una nueva oportunidad de revalorizar y reforzar su atractivo turístico.

El Plan de Dinamización del Producto Turístico de Cullera (PDPTC en adelante) se enmarca en el periodo temporal 2008-2011 (aún vigente). Cuenta con el respaldo de los diferentes agentes sociales y políticos del municipio y con el de las dos asociaciones empresariales, la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Cullera (ACECU) y la Asociación de Empresarios de Hostelería de Cullera y su comarca (AEHC). El PDPTC se presenta como una herramienta de planificación turística que reforzará e impulsará el producto turístico de Cullera, garantizando la mejora de la calidad y competitividad del sector turístico local. Su objetivo final se centra en mejorar la calidad de vida de la población cullerense, a través del desarrollo y optimización del turismo como uno de los motores de la economía local.

Al mismo tiempo, el PDPTC prevé una serie de objetivos específicos (CUADRO 3) que se configuran como las vías para alcanzar la meta final anteriormente citada:

Cuadro 3. Objetivos específicos PDPTC

Mejora del reconocimiento del turismo a nivel local
Creación y mejora de infraestructuras y servicios turísticos
Mantenimiento de la posición de liderazgo en mercados de cercanía
Impulso a la imagen y presencia de Cullera en el mercado turístico
Diseño de nuevos productos y atractivos turísticos

Fuente: Concejalía de Turismo de Cullera y elaboración propia

El PDPTC contempla 16 líneas de actuación o estratégicas, la mayoría de las cuales exige una continuidad y renovación en el largo plazo y centra su interés en la revalorización turística del municipio a través de la creación de nuevos espacios y productos turísticos que diversifiquen el atractivo de Cullera, tal y como se puede comprobar en el siguiente cuadro:

Cuadro 4. Líneas de actuación del PDPTC

1.	Señalización e interpretación del destino
2.	Impulso a la gastronomía y al ocio
3.	Diseño de imagen corporativa turística
4.	Promoción y comercialización turística
5.	Revitalización comercial y hostelera
6.	Revitalización del empresariado turístico local
7.	Diseño y desarrollo de rutas ecoturísticas
8.	Optimización turística del Riu Xúquer
9.	Revalorización turística del casco antiguo
10.	Comunicación y sensibilización local
11.	Rehabilitación turística del castillo de Cullera
12.	Optimización de nuevas tecnologías
13.	Movilidad y accesibilidad en destino
14.	Profesionalización de la gestión y planificación turística
15.	Creación de un observatorio turístico
16.	Centro de formación turística integral

Fuente: Concejalía de Turismo de Cullera, PDPTC y elaboración propia

El desarrollo de las líneas de actuación y el alcance de los objetivos anteriormente citados no depende únicamente de la implementación del PDPTC. La mejora de la calidad y competitividad del sector turístico local y el incremento de éste en el global de la economía del municipio, sólo pueden plantearse en un horizonte de continuidad, nunca en un corto espacio de tiempo. Planteamientos orientados en el sentido contrario únicamente contribuirán al incremento de la desconfianza empresarial y de la población, partes sin las cuales la reconversión turística de Cullera se presenta complicada.

Por ello el horizonte futuro del turismo de Cullera debe plantearse como una de las máximas prioridades del municipio, con una clara concentración de esfuerzos e inversiones sobre un proyecto común que garantice la continuidad a la estrategia adoptada para la necesaria reconversión de su modelo turístico.

La finalización del PDPTC en el presente año 2011 supondrá la oportunidad de mantener la línea inercia iniciada de utilización de herramientas de planificación, es decir de continuar trabajando con una estrategia turística previamente diseñada e incrementando los esfuerzos por converger las diferentes políticas municipales en una única en la que el turismo sea la principal prioridad.

En este sentido, el futuro de Cullera pasa por decidir, de manera firme, si el rumbo de la ciudad evoluciona ligado al sector turístico, si se produce un giro con respecto al carácter

residencialista del municipio y a la estacionalidad actual que su desarrollo vinculado al sector inmobiliario le ha conferido o, por último, si apuesta por convertirse en una gran área de población residente de la periferia de Valencia, aprovechando la proximidad a la capital y el desarrollo de los proyectos urbanísticos anteriormente citados que en estos momentos se encuentran a punto de entrar en fase de ejecución.

No obstante, a pesar de la posibilidad de optar por alguno de los escenarios anteriormente descritos, no cabe duda de que el futuro de Cullera pasa por mantenerse viva como destino turístico. Un escenario futuro que exige la revisión de la situación turística actual de Cullera y el diseño de una nueva hoja de ruta turística de la ciudad, a través de un nuevo plan estratégico que refleje la realidad turística de Cullera de manera integral, contemplando entre las prioridades la necesidad de una ordenación urbanística basada en criterios de sostenibilidad ambiental, económica y social y alejando los escenarios en los que la actividad inmobiliaria se sitúa como el principal elemento estimulador del turismo y de la economía de la ciudad, lo que sin duda se presenta como un gran reto en la reestructuración de su modelo turístico.

De esta manera la reordenación urbanística se presenta, junto con las medidas de creación de oferta turística de base local, como el otro eje de actuación que el municipio no debe obviar. A pesar de no ser un elemento con presencia nítida en el PDPTC, la puesta en marcha de un proyecto de ciudad turística iniciado desde la base de la reordenación urbana y urbanística es capital para reorientar el futuro de la ciudad desde todos los puntos de vista: social, económico, ambiental y turístico.

Cullera debe apostar por un nuevo modelo de ciudad basado en la revisión de su implantación y aprovechamiento territorial desde dos puntos de vista: el citado uso de los recursos turísticos locales y el diseño de políticas urbanísticas de carácter integrador, que generen sinergias positivas que frenen el distanciamiento de la evolución entre playa y pueblo. Para ello, el consenso entre las fuerzas políticas, sociales y empresariales también se hace necesario en el proceso de reflexión y diseño de la nueva Cullera.

Por ello, los ejes del nuevo modelo turístico de Cullera deben sustentarse sobre los siguientes pilares estratégicos:

- Proyecto de ciudad turística:

El turismo se presenta como la única actividad que puede invertir la situación socioeconómica que atraviesa el municipio. El futuro de Cullera pasa por el diseño de un proyecto de ciudad en el que el turismo se sitúe como el elemento protagonista y

transversal de todas las políticas municipales, con especial atención a las urbanísticas, medioambientales y patrimoniales.

En este sentido, cobran especial relevancia el desarrollo de estrategias centradas en la concienciación ciudadana y en la formación y reciclaje de profesionales turísticos locales, tanto en actividades ya en desarrollo como en aquellas con alto potencial de implantación en el municipio.

La mejora de la imagen turística de Cullera, y de la actividad en sí misma, empieza desde dentro, mediante el trabajo con la población y empresarios locales. Un municipio convencido, comprometido e integrado en la tarea de un nuevo proyecto de ciudad turística supone un primer paso para la mejora de la imagen en el mercado turístico y de la recuperación del posicionamiento perdido.

- Planificación y gestión turística para el futuro:

La sostenibilidad turística de Cullera a nivel económico, social y medioambiental exige la implantación de una estrategia turística a largo plazo, con una base de gestión público-privada, y consensuada y participada por las diferentes fuerzas políticas y sociales del municipio.

Las decisiones en materia turística deben nacer desde el respaldo del sector público y privado, compartiendo al mismo tiempo la responsabilidad en su financiación, ejecución y resultados. El camino a emprender deberá contemplar un horizonte temporal alejado de los cortoplacismos y enfocado hacia la consolidación de una nueva estructura de gestión del destino, que garantice la reconversión y mejora competitiva de la actividad turística de Cullera.

- Reordenación territorial y recualificación y mejora urbana:

Uno de los pilares más importantes en los que Cullera debe centrar gran parte de sus esfuerzos es en cohesionar su territorio y recualificar su escena urbana.

En la primera cuestión, Cullera debe tratar de evitar nuevos errores que conduzcan a la generación de nuevos espacios residenciales desconectados de los ya existentes y, sobre todo, del núcleo urbano tradicional, que debe convertirse en el principal vertebrador del espacio, sin que ello exima del necesario trasvase de actividades hacia nuevos núcleos consolidados pero garantizando una conectividad física, social y económica.

Y en la segunda, Cullera debe acometer una revisión de su paisaje urbano, tanto de las zonas de playa como del casco antiguo, que se traduzca en la aprobación de normativas urbanísticas que garanticen una mejora de la imagen del municipio desde la base de la renovación de infraestructuras y edificaciones públicas y privadas, así como marquen la pauta para cualquier tipo de actuación que se deba acometer en el espacio urbano. En este apartado cabe hacer especial mención a la necesidad de revitalizar el tejido comercial del municipio, elemento clave para la revalorización del paisaje urbano del municipio.

- Los recursos locales como base para la renovación turística:

Los valores paisajísticos, ambientales y patrimoniales de Cullera deben concebirse como la base sobre la que llevar a cabo la revalorización turística del municipio, hasta el momento poco aprovechados.

A pesar de que Cullera no cuenta con recursos turísticos altamente diferenciados, bien es cierto que tanto el patrimonio cultural como la gastronomía y los espacios naturales del municipio pueden dar lugar al desarrollo de productos o actividades turísticas complementarias a la estancia en el municipio y/o generadoras de visitas de un día.

En este sentido se recomienda, en una primera fase, concluir con el acondicionamiento de los espacios naturales y recursos culturales para posteriormente diseñar actividades o productos atractivos dirigidos a diferentes públicos objetivo, que permitan reducir en la medida de lo posible la estacionalidad estival o mejorar la experiencia del turista que se desplaza a Cullera en época de máxima afluencia, ofreciendo de esta forma un valor añadido a su estancia.

Junto con la naturaleza y el patrimonio cultural, Cullera cuenta con una gran tradición gastronómica vinculada a los arroces y aunque es un producto en el que compite con la mayor parte del entorno provincial, la existencia de un buen número de restaurantes de renombre en el entorno de Valencia y de cocineros reconocidos le otorga un valor diferencial que debe aprovechar.

- Búsqueda de sinergias turísticas con el interior comarcal y provincial:

Una de las prioridades que la planificación y gestión turística de Cullera debe contemplar, vinculada al punto anterior, debe ser la necesidad de establecer nexos de

colaboración y cooperación con otras zonas del traspaís comarcal y destinos del interior provincial.

Las fortalezas de Cullera como núcleo de sol y playa y gran polo de atracción de turistas, parte de ellos cautivos, deberían complementarse con el valor añadido que ofrecen algunos espacios del interior próximo para la creación de propuestas turísticas alternativas, de tal forma que el municipio pudiera apoyar la creación de un valor añadido en el trabajo que otros destinos ya vienen realizando. Y viceversa.

Dicho eje estratégico podría beneficiarse del momento actual que atraviesa el desarrollo turístico comarcal, en plena fase de potenciación tras el diseño de un plan estratégico de turismo y la creación de un ente de gestión turística, “Ribera Turisme”, que tiene encomendada la tarea de la revitalización económica de la zona a través del turismo.

4. CONCLUSIONES FINALES

Atendiendo a la evolución del municipio de Cullera como destino turístico expuesta en los apartados anteriores, la fase de madurez en la que se encuentra exige una amplia revisión integral de su modelo turístico, urbano y socio-económico.

En este sentido, el futuro de Cullera pasa por la adopción de un rumbo claro y firme que oriente a corto, medio y largo plazo el recorrido de las diferentes políticas del municipio. Son tres interrogantes o escenarios sobre los que debe decidir el municipio: apostar por el sector turístico como base de su economía de futuro, limitar la dependencia del sector inmobiliario y maximizar las potencialidades que su ubicación en el entorno de Valencia le ofrece, aprovechando los desarrollos urbanísticos proyectados.

El nuevo modelo de ciudad hacia el que debe orientarse Cullera pasa por la potenciación de sus valores endógenos y su conciliación con el desarrollo urbanístico futuro. Un desarrollo urbanístico orientado a reestructurar y reasociar espacios desarrollados, evitar bipolaridades urbanas y socioeconómicas y potenciar el desarrollo de un modelo de ciudad integrador y generador de sinergias con el territorio, el medio ambiente, la economía y la sociedad local y del entorno comarcal.

BIBLIOGRAFÍA:

- ANTÓN, S. (2010): “Dinámicas de reestructuración de los destinos turísticos litorales del mediterráneo. Perspectivas y condicionantes”, en XIII Congreso Internacional de Turismo, Universidad y Empresa, Castellón, Universitat Jaume I, p.23-40.
- BUTLER, R.W. (2006a): The tourist area life cycle. Applications and Modifications, Vol. I, Clevedon, Channel View.
- BUTLER, R.W. (2006b): The tourist area life cycle. Conceptual and Theoretical Issues, Vol. II, Clevedon, Channel View.
- DONAIRE, J.A. (1998): “La reconstrucción de los espacios turísticos: la geografía del turismo después del fordismo”, en Sociedade e Território, núm. 28, p.55-68.
- RIECAU, J. (2004): “Dualisme urbain et glissement du centre décisionnel, de la cité prétouristique à la ville touristique, dans l’Espagne méditerranéenne du début du XXI siècle”, en Cahiers de géographie du Québec, vol.48, n°133, p.47-70.
- VERA REBOLLO, J. F. (COORD.), LÓPEZ PALOMEQUE, F., MARCHENA GÓMEZ, M., ANTÓN CLAVÉ, S. (1997): Análisis Territorial del Turismo. Barcelona, Ariel.
- VERA, J.F. y MONFORT, V.M. (1994): “Agotamiento de modelos turísticos clásicos. Una estrategia territorial para la cualificación: la experiencia para la Comunidad Valenciana”, Estudios Turísticos, n° 123, pp. 17-46.
- VERA, J.F., ROMERO, J., CORTINA, J. y OBIOL, E. (2008): “Diagnóstico técnico sobre funciones turísticas en Cullera”, Serie Estudios y Documentos, Universidad de Valencia.

LA COSTA BRAVA EN CATALUNYA: DEL TRADICIONAL MODELO DE SOL Y PLAYA A LAS NUEVAS OPCIONES DE TURISMO CULTURAL

Autores:

Gemma Cànoves y José M^a Prat

Grupo de Investigación TUDISTAR¹
Departamento de Geografía
Universidad Autónoma de Barcelona
gemma.canoves@uab.cat josepmaria.prat@uab.cat

Resumen

La Costa Brava, es un destino turístico de litoral consolidado basado en el turismo de sol y playa. Con el objetivo de paliar su posible declive, según el tradicional ciclo de vida de los productos turísticos de Butler (1980) y las teorías de la reestructuración productiva de Agarwal (2002, 2005), considerando el impacto de las nuevas tendencias de mercado en los destinos turísticos consolidados, la Costa Brava ha evolucionado hacia una oferta de múltiples actividades recreativas como medidas de renovación del destino mediante nuevos productos emergentes (Vera y Baños, 2010).

Una de estas actividades es el turismo cultural, con importantes potencialidades aunque menor capacidad de generar cambios sectoriales y territoriales. Sin embargo, la diversificación del turista juega a favor de los nuevos productos y se orienta a la búsqueda de las sensaciones, el sentido del acto turístico, la percepción de la autenticidad del producto y la conservación del lugar (Dann, 1994; Urry, 1994). Todos estos nuevos elementos son los recursos culturales puestos a disposición del sector turístico, que se han incrementado en las últimas décadas en las sociedades avanzadas (Richards, 1996).

Palabras clave: *turismo de litoral - turismo cultural - museos - motivaciones de los turistas – monumentos - festivales de música - desarrollo local*

Abstract

The Costa Brava is a coastal tourist destination consolidated tourism based on sun and sand. In order to mitigate its decline, according to the traditional life-cycle of tourism products (Butler,1980) and theories of restructuring productive (Agarwal,2002;2005), considering the

¹ Este artículo se desarrolla en el marco del proyecto de investigación "Turismo, territorio e identidad: procesos de revalorización de espacios y actividades en el medio rural español. Un análisis comparado de los casos de Cataluña, Galicia y Murcia", del Plan Nacional de I+D+i, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. Referencia: CSO2009-11793

impact of emerging market trends in the bound tourism destinations, the Costa Brava has evolved to offer a lot of recreational activities as measures in order to renew the destinations about emerging new products (Vera & Bath,2010).

One such activity is cultural tourism, with significant potential even smaller capacity in order to generate many sectorial and territorial changes. However, the diversification of the tourist play for new products and focuses on the search of sensations, the sense of event tourism, the perception of the authenticity of the product and the conservation of the site (Dann,1994;Urry, 1994). All these new elements are the cultural resources available to the tourism sector, that have increased in recent decades in advanced societies (Richards,1996).

Key words: *coastal tourism - cultural tourism – museums - tourists motivations - monuments – festivals of music - local development*

1. INTRODUCCIÓN

Siguiendo la evolución de los destinos turísticos, que ha sido objeto de múltiples análisis, entre los que cabe destacar los trabajos de Turner y Ash (1975), Thurot (1974), Plog (1973), Miossec (1977), Butler (1980; 2006), Vera et al. (1997), Vera y Baños (2010), Garay y Cànoves (2011), el turismo en la Costa Brava también ha evolucionado siguiendo cinco fases (Mundet, 1996; Prats y Paunero, 2002).

La primera, a finales del siglo XIX e inicios del XX, fue una etapa que se podría denominar como “proto-turista”, con excursiones por la costa y aparición de bañistas (Mundet, 1998).

Sin embargo, los conflictos, la inseguridad, la mala imagen del país, las deficientes infraestructuras y los precarios alojamientos (Garay, 2007), provocaron que los turistas prefiriesen otros destinos, como París, Venecia o Roma (Ojeda, 1992; Claval, 1995; Barke y Towner, 1996; Garay, 2007).

Al ir cambiando la situación económica y social española, algunos de nuestros territorios empezaron a ser rutas de viajeros ilustrados. Uno de estos lugares fue la Costa Brava, con una etapa “pre-fordista”, caracterizada por una gran diversidad en las formas turísticas, y con una clara discontinuidad tanto en el espacio como en el tiempo (Mundet, 2000; Garay y Cànoves, 2011).

En ella, además de seguir la actividad excursionista científica, iniciada en la etapa anterior, se inició el desarrollar un turismo residencial², como en Roses (Santaló, 2001), construyéndose algunas segundas residencias aisladas, preferentemente en lugares privilegiados del litoral, muchas de ellas propiedad de extranjeros, y con una “elitización” de la clase turista, poco numerosa pero de alto poder adquisitivo y buen nivel cultural (Mundet, 1998).

Aun así, los ligeros aumentos de población en algunas localidades no compensaban los retrocesos en el resto³.

Posteriormente, la Guerra Civil española, la Segunda Guerra Mundial y las postguerras frenaron bruscamente esta incipiente expansión del sector turístico (Mundet, 1998), manteniéndose congelada la expansión urbanística residencial.

La tercera fase se inició a principios de los 60's (Priestley, 1978), acompañando al desarrollo económico español, con un nuevo modelo turístico “fordista”, donde predominaba la estandarización, la uniformización y la pérdida de personalidad del producto turístico ofrecido (Mundet, 1998; Garay y Cànoves, 2011), empezando a construirse algunos hoteles familiares⁴ y reemprendiéndose la expansión residencial en los mismos núcleos litorales anteriores⁵ (Mundet, 1996, 1998; Prats y Paunero, 2002; Priestley, 2007), aunque sin ningún tipo de planificación urbanística, pero sí con un alto consumo del espacio (Priestley, 1978; Donaire, 1996; 2005; Oliver, 2005).

En este período también se mejoraron las carreteras y aumentó la movilidad de los turistas, especialmente franceses, por su proximidad, gracias a las acciones comerciales de los tour operadores europeos⁶, y a finales del período ya empezaron a construirse algunos macro-hoteles⁷ (Prats y Balagué, 2005);

La cuarta fase, años 80's y 90's, fue de declive como consecuencia de las sucesivas crisis económicas aparecidas en los 70's, reduciéndose el número de turistas y su consumo. Además,

² Paralelamente, se construyeron los primeros balnearios (Barbaza, 1966)

³ Entre 1920 y 1940, Llançà pasó de 2.164 habitantes a 1.832, el Port de la Selva de 1.323 a 905, Cadaqués de 1.469 a 1.129, Roses de 2.669 a 2.764, Sant Pere Pescador de 1.123 a 1.029 y l'Escala de 2.494 a 2.504 (Priestley, 1978)

⁴ En el año 1962, en l'Escala habían 280 plazas hoteleras (Guía oficial de Hoteles de España, 2007)

⁵ En 1970, en Llançà había un 71,3% de viviendas secundarias o vacías, y cifras muy similares se presentaban en el Port de la Selva, l'Escala y Roses, mientras que Cadaqués y Sant Pere Pescador tenían unas cifras cercanas al 50% (Priestley, 1978)

⁶ La importancia de los tour operadores fue tal que hasta llegaron a financiar gran parte de la construcción de hoteles a cambio de poder imponerles sus condiciones, tanto en precio como en disponibilidad de habitaciones para sus clientes (Cals, 1982)

⁷ En 1970, el municipio de l'Escala ya disponía de 2.274 plazas hoteleras, lo que representaba un factor multiplicador superior a 7 (Guía oficial de Hoteles de España, 2007)

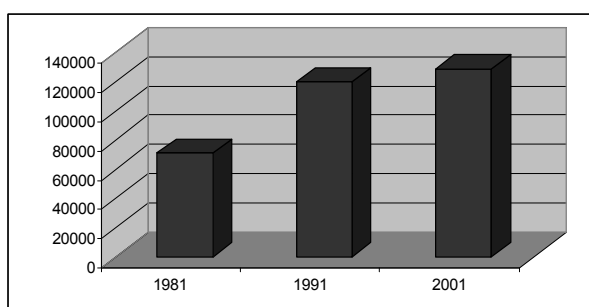
empezaron a aparecer nuevos destinos de litoral que eran más competitivos (Donaire, 1996; Mundet, 1998; Llurdés y Priestley, 2007).

Este retroceso también trajo aparejadas una disminución de la actividad constructora⁸ y una obsolescencia de la planta hotelera existente (Vasallo, 1999).

Sin embargo, a finales del período, empezó a reactivarse la actividad turística y la construcción de hoteles y segundas residencias, formándose una caótica “área metropolitana de tiempos de vacaciones” (Fraguell, 1993; Cuadrado, et al., 2006), ya que en los meses estivales allí se concentraba, en un reducido espacio, una población superior al millón de habitantes.

A finales de los 90's se inició la quinta fase, llamada “post-fordista” (Garay y Cànoves, 2011), donde a la densificación urbanística (*fig.1*) se unieron los vuelos de bajo coste (“low cost”), sobretodo gracias al aeropuerto de Girona-Costa Brava⁹, un mayor poder adquisitivo de los turistas, con nuevas motivaciones y preferencias, aumentando su preocupación por la calidad en el servicio, y multiplicándose la competencia de otros destinos turísticos mediterráneos con ofertas similares.

Figura 1. Evolución del número de segundas residencias en la marca Costa Brava (1981-2001)



(fuente: Idescat, 2011)

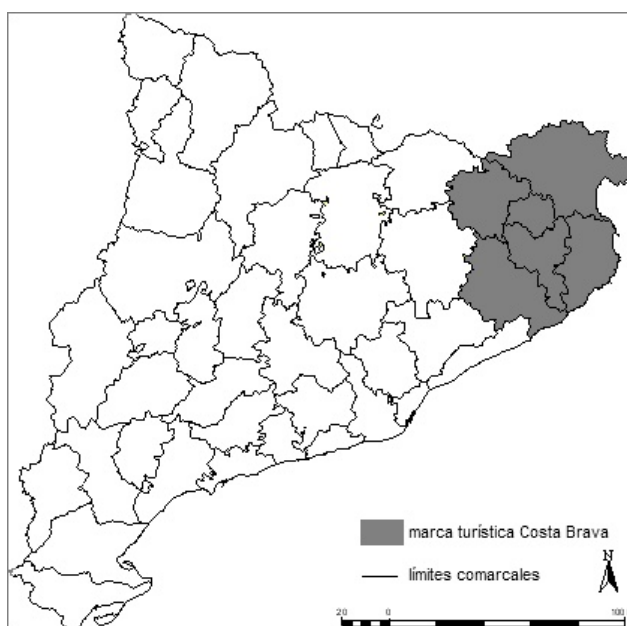
Por su parte, con el fin de promocionar el turismo de Catalunya a nivel internacional, la Generalitat creó diez "marcas turísticas". Una de ellas fue la marca Costa Brava, que ocupa las comarcas del Alt Empordà, Baix Empordà, la Garrotxa, el Pla de l'Estany, el Gironès y la Selva¹⁰, cuya distribución puede contemplarse en el mapa siguiente (*fig.2*).

⁸ Así, por ejemplo, el municipio de l'Escalá, después de una larga etapa de estancamiento turístico (1975-1991) y sin crecimiento de la oferta de plazas hoteleras, entró en una fase de declive, desapareciendo 341 plazas, la mayor parte de baja categoría (Guía oficial de Hoteles de España, 2007)

⁹ Más de la mitad de los pasajeros que aterrizan en este aeropuerto tienen como destino la Costa Brava (Martínez, et al., 2006)

¹⁰ Sin embargo, en la actualidad, la propia Dirección General de Turismo de la Generalitat ha abierto un debate sobre la idoneidad de disponer de tantas marcas turísticas y propone su reducción, según explicó la directora general, Marian Muro, en el Club de la Premsa el 30 de mayo de 2011

Figura 2. Mapa de situación de la marca turística Costa Brava (elaboración propia, con Miramón)



La marca Costa Brava tiene una población censada de 656.333 habitantes (el 8,7% de la existente en Catalunya), ocupando una superficie de 3.893 km² (el 12,12% de Catalunya) y presentando una densidad de 169 hab./km² (Idescat, 2010).

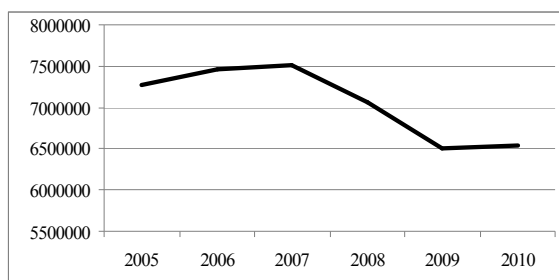
En ella se genera el 17,2% de la economía catalana y presenta una oferta de 74.069 plazas hoteleras (el 25,8% de Catalunya), 105.513 de camping (el 44,6% de Catalunya) y 3.096 de turismo rural (el 19,5% Catalunya) (Observatori del Turisme, 2010)

Sin embargo, en estos últimos años, después de un crecimiento turístico sostenido, la Costa Brava ha experimentado un retroceso (*fig.3*), como consecuencia de la crisis económica¹¹; lo que ha llevado aparejada una estabilización del desarrollo urbanístico del territorio¹², que presenta una escasa oferta complementaria. (García y Alburquerque, 2003).

11 A pesar del descenso, la Costa Brava recibe casi el 26% de los turistas extranjeros en Catalunya.

12 Las segundas residencias, tal como se han desarrollados en la Costa Brava, representan una inversión poco productiva de los recursos financieros y del suelo, ya que una inversión hotelera tiene una productividad 20-40 veces superior (según se indica en el Plan de Desarrollo Turístico de la provincia de Barcelona, realizado por la Agencia de Promoción Turística de la Diputación de Barcelona)

Figura 3. Evolución del número de turistas en la marca turística Costa Brava (2005-2010)
(elaboración propia a partir de datos extraídos de Idescat, Turisme de Catalunya, Patronat de Turisme de la Costa Brava y Dirección General de Turisme de la Generalitat)



En la actualidad, en el marco de la teoría de la reestructuración productiva Agarwal (2002; 2005), junto a la crisis económica, que reduce las expectativas de consumo, nos encontramos ante un destino de litoral menos competitivo, que presenta un cierto declive, y con unos turistas más exigentes y experimentados, con nuevas motivaciones (Dubois, 2000), mayor demanda de calidad en la oferta, una preocupación medioambiental, cambios demográficos y una diferente distribución de su tiempo libre (Prats y Paunero, 2002).

2. EL TURISMO CULTURAL COMO ELEMENTO DE REVALORIZACIÓN TURÍSTICA DE LOS DESTINOS DE LITORAL.

Ante la situación planteada, algunos destinos empiezan a ofrecer otras alternativas turísticas, que generalmente se presentan simultáneamente, ampliando su abanico de productos, (Del Reguero, 1994):

- Turismo verde o de naturaleza: tiene por objeto visitar espacios naturales poco antropizados
- Turismo ecológico o ecoturismo: su principal objetivo es visitar espacios naturales protegidos así como su flora y fauna
- Turismo rural: su objetivo prioritario es visitar zonas rurales
- Agroturismo: se trata de realizar estancias, bajo pago, en las explotaciones agrarias
- Turismo deportivo: tiene por objeto practicar algún deporte al aire libre
- Turismo de aventura: su objetivo primordial es practicar algún deporte al aire libre con un cierto riesgo

- Turismo cultural: su objetivo principal es visitar los recursos históricos, arquitectónicos, gastronómicos, industriales, artísticos y étnicos de un territorio

Dentro de esta amplia oferta, considerando las nuevas dinámicas globales y regionales que tienen su traslado a los comportamientos y exigencias de la demanda turística (Bonet, 2003; Branwell, 2004), una de las principales propuestas es el turismo cultural como fenómeno organizado.

El turismo cultural, definido por Richards (1996) como “*el traslado temporal de personas a una atracción cultural lejos de su residencia habitual con la intención de satisfacer sus necesidades culturales*”, mientras que la definición técnica son “*todos los traslados de personas a una atracción cultural específica, tales como, lugares patrimoniales, muestras artísticas y culturales, arte y teatro, fuera de su lugar habitual de residencia*”, nos permite relacionar el turismo con la búsqueda de sentido, belleza y autenticidad por parte de las sociedades occidentales contemporáneas (Dann 1994; Urry 1994), ya que la cultura engloba diferentes concepciones (Hernández, 1989): como herencia a conservar y restaurar, como componente de nuestra conciencia, como oferta de productos artísticos de consumo y como generador de riqueza e instrumento para el desarrollo.

Se trata de un tipo de turismo que engloba gran variedad de tipologías (Garfield, 1993; Bonet, 2003; Smith, 2003; Antón, 2005; Vera y Baños, 2010) que, en líneas generales, van desde las visitas a museos (de arte, industria, etnografía, etc.), ciudades y conjuntos históricos, monumentos y edificios singulares, monasterios e iglesias o yacimientos arqueológicos, hasta la gastronomía, enología, ferias, artesanía o festivales musicales; es decir, cualquier signo de identidad cultural de un determinado territorio.

Es un turismo cuyo público se ha ido generalizando, pasando de ser personas mayores con recursos económicos y disposición para viajar en cualquier época del año, jóvenes que buscan la aventura y lo inédito, personas de negocios con recursos elevados que buscan un producto turístico de calidad, una clientela familiar que suele participar de la vida cultural del entorno o clientes eruditos que normalmente viajan solos y buscan un elevado nivel de calidad (según indicaba la Comisión de las Comunidades Europeas en el año 1993) a ser un amplio abanico, en el que caben todos los grupos de edad, poder adquisitivo y motivaciones (Spielberg, 1995).

Sin embargo, esta valorización turística de la cultura en un territorio debe estar sujeta a una serie de limitaciones, ya que no se puede caer en el riesgo de convertirlo en un simple "espacio de mercancía", donde el turismo puede ser un importante motor de desarrollo o un factor de

destrucción¹³; a pesar de que suele tener una imagen de mayor sensibilización con el medio ambiente que no otros tipos de turismo (Hunter y Green, 1995; Fullana y Ayuso, 2002)¹⁴.

3. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO CULTURAL EN LA COSTA BRAVA

3.1. Metodología aplicada

Para ver el impacto del turismo cultural en un destino habitual de sol y playa, en este artículo se ha analizado su evolución en la marca turística Costa Brava, con especial focalización en algunos de los productos más visitados, con el objetivo de confirmar como el turismo cultural es una de las actividades que más está ayudando a reestructurar y modernizar el sistema turístico tradicional de este territorio.

Para ello se han utilizado fuentes de datos indirectas y directas. Entre las primeras, se han extraído datos cuantitativos, que han servido de apoyo estadístico global y contextualización de los resultados de carácter más cualitativo, desde varias fuentes oficiales, ya que no existe, al menos por el momento, una única fuente de datos que muestre la evolución de todo el conjunto del turismo cultural en este territorio.

Así, se han recogido datos del Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat), del Departament de Cultura y de la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya, del Observatori del Turisme y del Patronat de Turisme de la Costa Brava.

Por su parte, los datos cualitativos externos han procedido de los resultados extraídos de dos encuestas. Una, realizada a los visitantes de los museos de Dalí¹⁵ y, otra a los visitantes del Ecomuseo La Farinera, en Castelló d'Empúries¹⁶.

13 Por lo que no se debe propiciar únicamente la afluencia de visitantes, sino también considerar la satisfacción de las propias poblaciones locales, que ven como su herencia y su patrimonio se revalorizan, sin olvidar que, en ocasiones, una parte de los beneficios así obtenidos redundan en favor de la comunidad local (Troitiño, 2003)

14 De hecho, suele haber un prejuicio por el cuál los turistas culturales tienen una mejor educación o conocimientos superiores respecto a otros tipos de turistas

15 La encuesta fue realizada en el año 2010 a 3.206 visitantes de los distintos museos localizados en la Costa Brava y relacionados directamente con Dalí, y publicada en el 2011 en la Memoria Anual de la Fundación Gala-Dalí

16 Esta encuesta fue realizada por el propio museo (año 2008) a una muestra de 3.225 visitantes no residentes en la propia localidad (lo que representaba el 35,25% del total de visitantes recibidos)

En cuanto a las fuentes directas, se ha realizado una encuesta, en los años 2010 y 2011, en el Alt Empordà y en el Baix Empordà, a una muestra de 212 visitantes de museos de turismo industrial¹⁷.

Para analizar la relación entre las variables cualitativas de esta encuesta, se ha utilizado el test no paramétrico de Chi cuadrado (χ^2), de manera que una vez formuladas las hipótesis de investigación (H_1) y nula (H_0), y determinado el nivel de significación (el máximo porcentaje de probabilidad de error máximo que deseamos asumir¹⁸), y en función del grado de libertad¹⁹, se ha calculado el valor crítico del χ^2 usando el programa SPSS® y se ha comparado con el de la tabla de valores de χ^2 , de manera que si el valor crítico obtenido es mayor que el valor de la tabla se ha rechazado la hipótesis nula (H_0) y, por tanto, se ha aceptado la hipótesis planteada (H_1); en caso contrario se ha aceptado la hipótesis nula y se ha rechazado la hipótesis planteada (Greenwood y Nikulin, 1996; Fleiss, 2003; Corder y Foreman, 2009).

3.2. Características y evolución del turismo cultural en la Costa Brava

La oferta cultural de la marca turística Costa Brava está formada, fundamentalmente, por los componentes y elementos destacados siguientes:

- poblaciones monumentales: Girona, Banyoles, Besalú, Castelfollit de la Roca, Olot, Figueres, Castelló d'Empúries, Pals, Peratallada, Tossa de Mar, Forallac, Cruïlles, Hostalric
- iglesias y monasterios: catedral e iglesias de Girona, iglesias de Olot, Sant Pere de Rodes, Santa Elena de Rodes, Santa María de Vilabertran

¹⁷ Esta encuesta ha sido realizada el propio autor de este artículo como parte del trabajo de campo para la elaboración de su tesis doctoral, actualmente en curso, sobre el turismo industrial y las relaciones sociales, a 114 hombre (el 53,77% de los encuestados) y 98 mujeres (el 46,23%), de los que el 9,43% tenían menos de 16 años, el 14,15% entre 16 y 30, el 41,98% entre 31 y 45, el 23,11% entre 46 y 60 y el resto (el 11,32%) eran mayores de 60 años. Además, el 30,66% tenían estudios superiores y el 56,13% secundarios.

¹⁸ El grado de significación suele variar según el tipo de estudio que se realiza, y en nuestro caso, al tratarse de un trabajo de ciencias sociales, se ha decidido aceptar que exista un 95% de probabilidad que la H_0 no sea cierta y un 5% de probabilidad que lo sea.

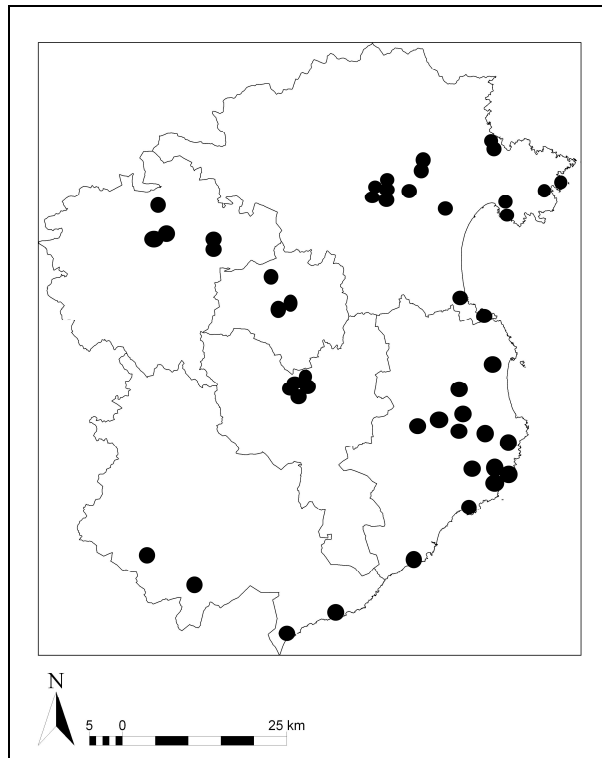
¹⁹ El grado de libertad es el número que representa el tamaño de la muestra, y se calcula según las fórmulas siguientes: a) para una variable: n° de categorías de la variable - 1

b) para dos variables: n° de categorías de la primera variable - 1)*(n° de categorías de la segunda variable - 1) (Corder y Foreman, 2009)

- monumentos y edificios singulares: Faro de Sant Sebastián (Calella de Palafrugell), Castillo de Gala-Dalí (Púbol), Casa de Dalí (Port Lligat), Castillo de Perelada, Porta Ferrada (Sant Feliu de Guíxols), Castillo de Montsoriu (Breda), puente de Besalú
- museos de arte: Teatro-Museo de Dalí (Figueres), Museo de las Joyas de Dalí (Figueres), Museo de la Catedral de Girona
- museos industriales: Museo del Corcho (Palafrugell), Museo de la Pesca (Palamòs), Museo de la Industria (Figueres), Ecomuseo La Farinera (Castelló d'Empúries), Terracota Museo (La Bisbal)
- museos de artesanía y etnográficos: Olot, Girona, Museo de la Anchoa (L'Escala), Can Quintana (Torroella de Montgrí), Museo de l'Empordà (Figueres). Museo del Juguete (Figueres)
- festivales de música y eventos musicales individuales: Cap Roig, Torroella de Montgrí, Perelada, Blanes, Roses, Sant Feliu de Guíxols, Begur, Calella de Palafrugell, Cadaquès
- rutas enológicas: diversas cavas y cellers de la D.O. Empordà
- yacimientos arqueológicos: Empúries, Ullastret, Roses, Serinyà
- ferias artesanales y rutas gastronómicas

Se trata de una oferta de turismo cultural bastante diversificada, que se distribuye espacialmente tal como se puede ver en el mapa adjunto (*fig. 4*), y que presenta una concentración en: el litoral, los llanos del Alt y del Baix Empordà, y las capitales comarcales.

Figura 4. Distribución de las principales ofertas de turismo cultural de la marca Costa Brava
(elaboración propia a partir de datos extraídos de Idescat, Turisme de Catalunya, Patronat de Turisme de la Costa Brava y Dirección General de Turisme de la Generalitat)



En el año 2010, la marca Costa Brava recibió más de dos millones y cuarto de visitantes, sin tener en cuenta las ferias artesanales, las visitas a ciudades históricas y poblaciones monumentales ni las rutas gastronómicas y enológicas. Este volumen de visitantes tuvo una distribución porcentual y locacional muy distintas, según el producto ofertado y la localidad (fig.5 y 6).

Figura 5. Distribución porcentual del número de visitantes a la oferta de turismo cultural de la marca Costa Brava (año 2010)
(elaboración propia a partir de datos extraídos de Idescat, Turisme de Catalunya, Patronat de Turisme de la Costa Brava y Dirección General de Turisme de la Generalitat)

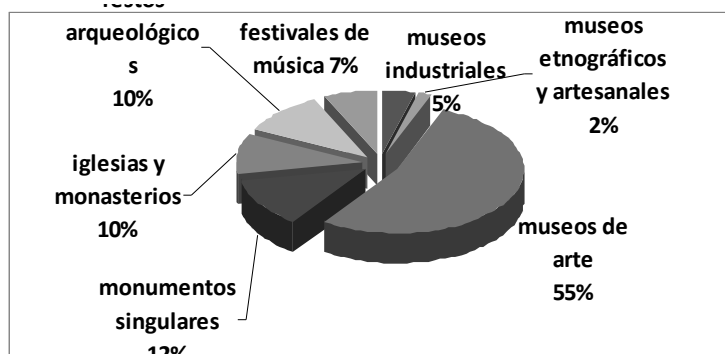
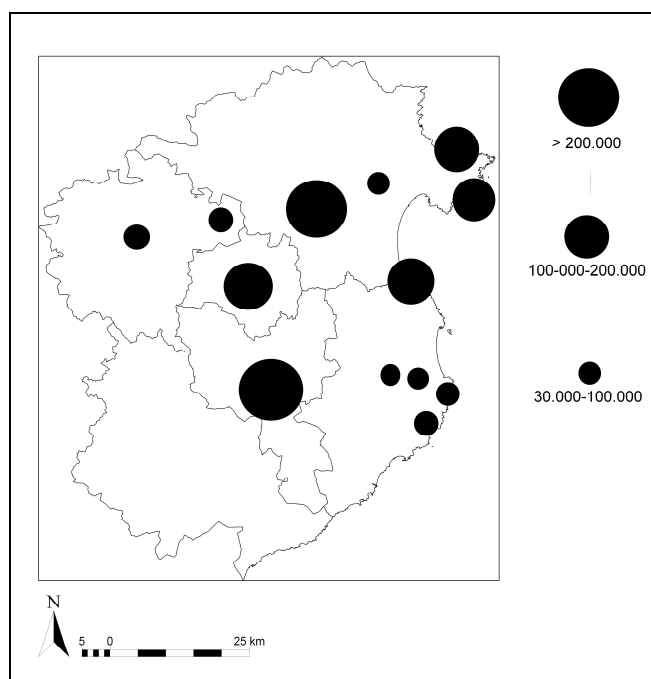


Figura 6. Distribución locacional del volumen de visitas culturales en la marca Costa Brava (año 2010) (elaboración propia a partir de datos extraídos de Idescat, Turisme de Catalunya, Patronat de Turisme de la Costa Brava y Dirección General de Turisme de la Generalitat)



Hay que indicar que nos encontramos ante un territorio con gran cantidad de museos y colecciones, monumentos, yacimientos arqueológicos y bienes culturales declarados de Interés Nacional por la Generalitat de Catalunya (fig. 7).

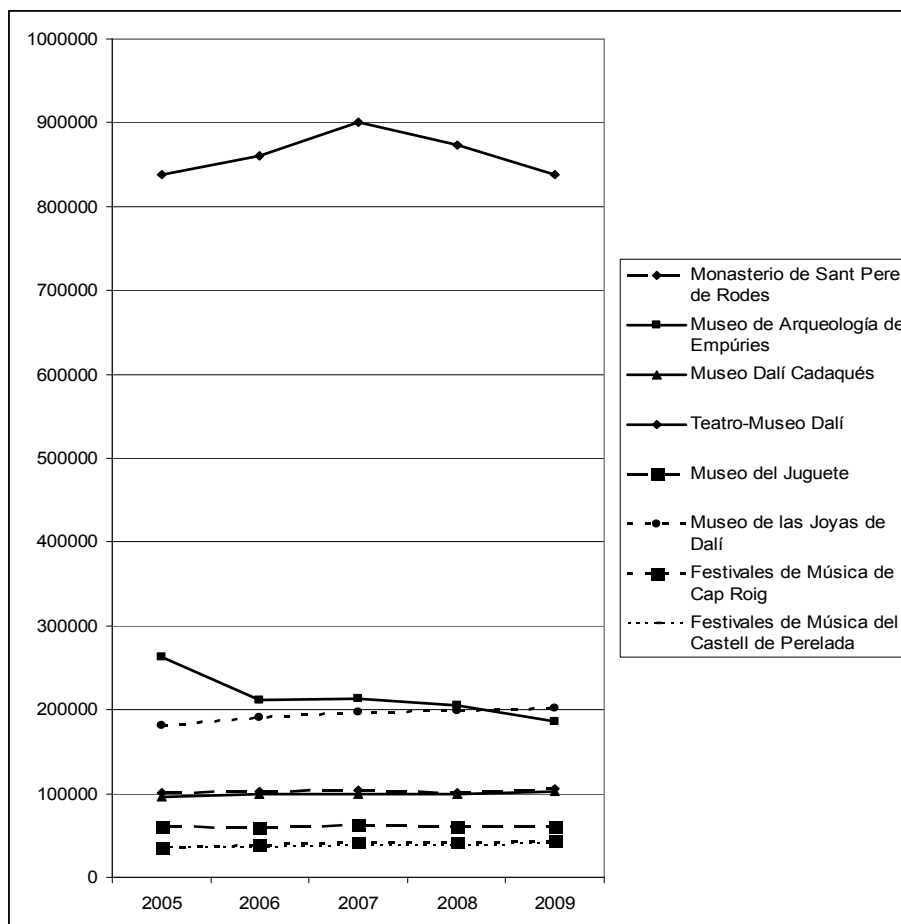
Figura 7. Museos, colecciones, monumentos, yacimientos arqueológicos y Bienes Culturales de Interés Nacional de Catalunya existentes en la Costa Brava (año 2009) (fuente: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 2011)

	museos y colecciones	monumentos	yacimientos arqueológicos	Bienes Culturales de Interés Nacional de Catalunya
Alt Empordà	23	2.126	183	141
Baix Empordà	20	964	576	132
Gironès	12	1.160	301	15
La Garrotxa	10	1.150	170	55
Pla de l'Estany	7	372	154	4
La Selva	13	1.542	299	48
total	85	7.314	1.683	395

Tal como se ha visto en los gráficos anteriores, si no tenemos en cuenta los subgrupos de los que no se dispone de datos fiables, respecto al resto, el que más visitas recibió durante el año 2010 fueron los museos de arte, que recibieron el 60% de las visitas, especialmente el Teatro-

Museo de Dalí, con 881.405 visitantes y el museo de las Joyas de Dalí, con 236.819, ambos en Figueres (Memoria de la Fundación Gala-Dalí, 2011) (fig.8).

Figura 8. Evolución del número de turistas (2005-2009) en los elementos culturales más destacados de cada subgrupo (elaboración propia a partir de datos extraídos de Idescat, Turisme de Catalunya, Patronat de Turisme de la Costa Brava y Dirección General de Turisme de la Generalitat)

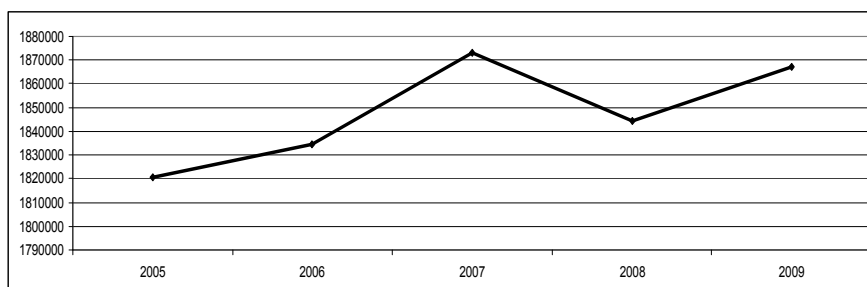


También destacan las visitas al yacimiento arqueológico de Empúries (con alrededor de 200.000 visitantes), la casa-museo del Castillo Gala-Dalí, en Púbol (con 106.196), la casa-museo de Salvador Dalí, en Port Lligat (con 106.105), el monasterio de Sant Pere de Rodés (con 101.031), el museo del Juguete (con más de 60.000 visitantes) y los festivales de música de Cap Roig y del Castell de Perelada (con unos 40.000 visitantes cada uno).

Como se aprecia en el gráfico anterior, en estos últimos años, los productos más visitados han experimentado un ligero retroceso de visitantes, aunque según datos de la memoria de la Fundación Gala-Dalí, el año pasado, el conjunto de los cuatro museos relacionados directamente con el pintor Salvador Dalí recibió 1.330.525 personas, lo que representa un 8,16% más que en 2009, y quizás una nueva reactivación del turismo en este territorio.

Como se observar en el gráfico siguiente (*fig.9*), solamente en el conjunto de las comarcas del Alt y del Baix Empordà, en el período 2005-2009, las visitas a los museos y colecciones, ha seguido la misma pauta anterior, debido al fuerte peso de los museos de Dalí en el conjunto.

Figura 9. Evolución del número de visitantes a los museos y colecciones del Empordà (2005-2009)
(fuente: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 2011)



Por su parte, las visitas a la restante oferta cultural de la Costa Brava han seguido una cierta estabilidad a lo largo de todo el período, con algunos incremento notables pero de poco valor absoluto, como el caso de la iglesia de Santa María de Vilabertran (Alt Empordà), que ha pasado de tener 9.008 visitantes en el año 2006 a 15.344 en el 2010, lo que significa un incremento del 70% a lo largo de estos cinco años (Departament de Cultura de la Generalitat).

Una de las ofertas más populares son los eventos y festivales de música, más de cuarenta al año, concentrados mayoritariamente en el verano; destacando por su importancia internacional y por la cantidad de visitantes, los de Cap Roig, Perelada, Torroella de Montgrí, Begur, Sant Feliu de Guíxols y Cadaqués; así como los de música clásica de Blanes y Vilabertran, y el de blues, jazz y gòspel de Roses.

Sin embargo, en estos últimos años, debido a la proliferación de estos festivales, siendo rara la población del litoral que no presenta una oferta de estas características, se ha provocado una fuerte competencia entre los destinos (especialmente los festivales menos multitudinarios), viendo reducidos sus ingresos, y que al financiarse, en su mayoría, mediante subvenciones públicas y privadas, han generado un importante déficit económico; lo que, con la crisis actual, les está obligando a replantearse este tipo de oferta.

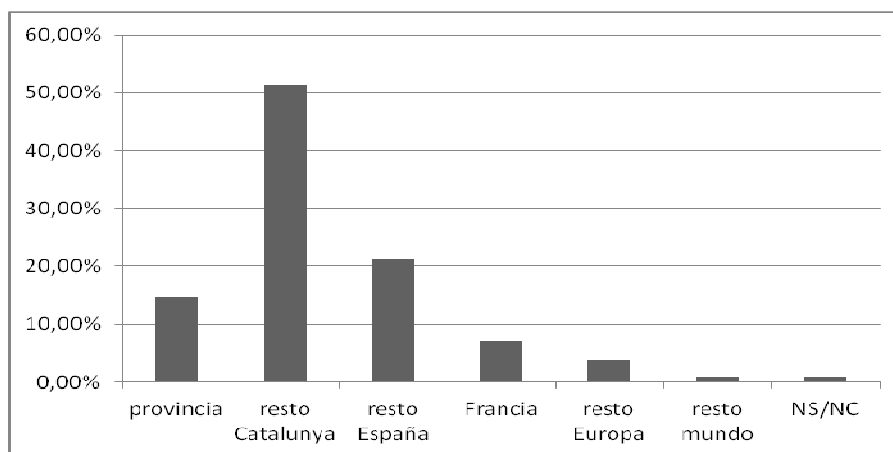
Nos encontramos ante un territorio que también posee otros muchos atractivos turísticos, ya que, según datos del Observatorio del Turismo (2010), solamente la comarca del Alt Empordà, por ejemplo, dispone de tres puertos deportivos (en Colera, Portbou y Empuriabrava), cuatro dársenas náuticas (en el Port de la Selva, Llançà, l'Escala y Roses) y el canal marino de Santa Margarida (en Roses), lo que representa el 32,4% del total de amarres de Catalunya, dos campos de golf (en Navata y Perelada), dos Parques Naturales (el del Cap de Creus y el de los Aiguamolls de l'Empordà) y el Paraje Natural de Interés Nacional de la Albera.

3.3. Características y motivaciones de los turistas culturales

Los consumidores del turismo cultural, según se desprende de la encuesta realizada (años 2010-2011) a una muestra de 212 visitantes de los diez principales museos de turismo industrial del Empordà (aunque es un subgrupo que solamente recibe un 5% del turismo cultural de la Costa Brava), vemos estos procedían mayoritariamente de Catalunya, principalmente de Barcelona y su Área Metropolitana (*fig. 10*), seguidos por los del resto de España.

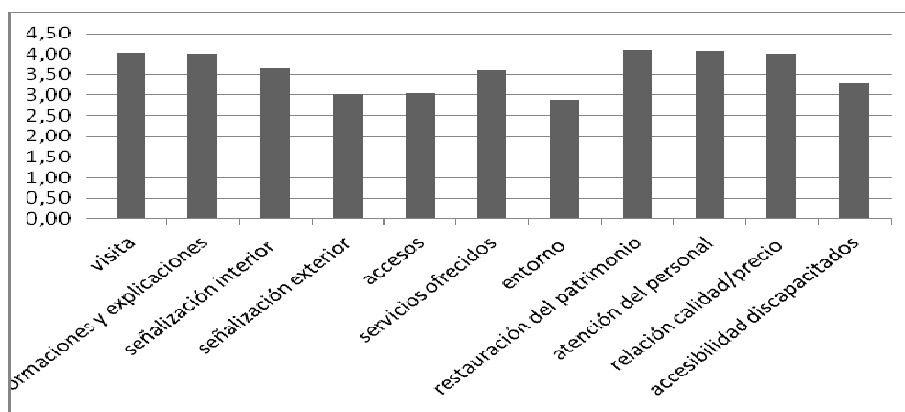
Además, el 84% afirmó que también visitaba o había visitado otros museos diferentes, y el 24,06% dijo que le gustaría repetir la visita en el futuro alguna vez; frente al 12,26% que dijo que no y el 63,68% que no se definió.

Figura 10. Lugar de procedencia de los visitantes a los museos de turismo industrial del Empordà (años 2010 y 2011) (elaboración propia)



En cuanto a su grado de satisfacción con la visita cultural realizada, con una valoración de 1 (*muy bajo*) a 5 (*muy alto*), tenemos el gráfico siguiente (*fig. 12*).

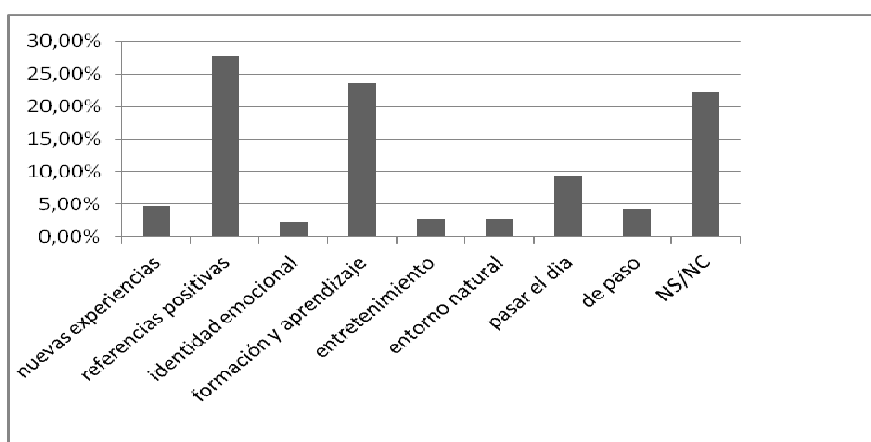
Figura 11. Nivel de satisfacción de los museos de turismo industrial del Empordà (años 2010 y 2011) (elaboración propia)



En el gráfico anterior podemos ver que la mejor puntuación fue para la restauración del patrimonio industrial (4,1 sobre 5), seguida por la atención del personal del museo (4,09), la visita en sí misma (4,03), las informaciones y explicaciones recibidas a lo largo de la vista (4,01) y la relación calidad-precio (4).

En cuanto a la motivación de la visita (*fig. 12*), el 27,83% dijo que la había realizado debido a las informaciones positivas que tenía, y el 23,58% dijo que lo hacía por su componente formativa y de aprendizaje.

Figura 12. Distribución porcentual de las motivaciones para realizar la visita a los museos de turismo industrial del Empordà (años 2010 y 2011) (elaboración propia)



A partir de la encuesta, se han analizado las relaciones entre las variables mediante tests no paramétricos, cuyos resultados son los presentados en la tabla siguiente (*fig. 13*).

Figura 13. Tabla con los resultados de los test no paramétricos (Elaboración propia con SPSS)

<i>variables relacionadas (preguntas del cuestionario)</i>	<i>nº variables</i>	<i>Tabla χ^2</i>	<i>Grados de libertad</i>	<i>Resultado obtenido (VC)</i>	<i>Nº casos</i>	<i>$\chi^2 > VC$</i>	<i>$\chi^2 < VC$</i>
Nivel de estudios y motivación formativa de las visitas	1	15,16	2	5,99	50	Si	
Motivación de las visitas gracias a las referencias y grado de satisfacción de	1	32,051	3	7,82	59	Si	
Motivación formativa de las visitas y grado de satisfacción de las visitas	1	33,875	2	5,99	48	Si	
Lugar de procedencia y grado de satisfacción de las visitas	2	13,927	15	25	209		si
Edad y motivación de las visitas gracias a las referencias	1	17,407	2	5,99	59	Si	
Posibilidad de futuras repeticiones y grado de satisfacción de las visitas	2	3,808	6	12,59	212		si
Edad y posibilidad de futuras repeticiones	2	25,273	10	18,31	212	Si	
Género y posibilidad de futuras repeticiones	2	0,794	1	3,84	77		si

Como vemos en la tabla anterior, se manifiesta una relación entre el nivel de estudios y la motivación formativa de las visitas, entre las referencias anteriores a la visita y el grado de satisfacción obtenido, entre la motivación formativa y el grado de satisfacción, entre la edad y las referencias anteriores y las futuras repeticiones. Sin embargo, no hay una relación clara entre la satisfacción por la visita y el lugar de procedencia del visitante, ni entre la posible repetición con el género ni con el grado de satisfacción.

Por otra parte, según una encuesta realizada por la Fundación Gala-Dalí (en el año 2010), y centrada solamente en los tres museos del Alt Empordà relacionados con Dalí, que atraen al 80% de los visitantes a los museos de la comarca y a más de la mitad de su turismo cultural, se observa que el 80% tiene entre 26 y 65 años, el 16% son jóvenes menores de 26 años y el 4% están jubilados.

Su lugar de procedencia es muy variado, ya que el 10% procedía de la propia Catalunya, otro 10% del resto de España y el 80% restante del extranjero, destacando en este grupo los franceses (cerca del 20%), por su proximidad, y los norteamericanos (el 10%), lo que demuestra el tirón internacional de la marca Dalí. Además, el 22% dijeron que era su segunda visita, al menos, lo que indica un alto grado de fidelización.

Respecto a la visita realizada, el 24% se declararon excepcionalmente satisfechos, el 43% muy satisfechos, el 14% solamente satisfechos, el 7% poco satisfechos y el restante 12% no respondió a la pregunta.

Si comparamos los datos obtenidos en ambas encuestas con los resultados de la encuesta realizada en el Ecomuseo La Farinera de Castelló d'Empúries (año 2008), tendremos la tabla siguiente (*fig. 14*).

Figura 14. Tabla comparativa del índice de satisfacción entre los usuarios al grupo de museos de Dalí, los museos de turismo industrial y el Ecomuseo La Farinera de Castelló d'Empúries
(*elaboración propia a partir de los datos extraídos de las encuestas*)

		Grupo de museos de Dalí	Ecomuseo La Farinera	Museos de turismo industrial
Índice de repetición de las visitas		22%	12,8%	14%
Índice de recomendación de la visita a familiares/amigos		78%	47%	67%
Grado de satisfacción de la visita	<i>Muy alto</i>	24%	43%	27%
	<i>Alto</i>	43%	34%	51%
	<i>Regular</i>	14%	5%	20%
	<i>Bajo</i>	7%	1%	2%
	<i>NS/NC</i>	12%	17%	0%

Como se observa en la tabla anterior, en el conjunto de las tres encuestas, al menos dos tercios de los encuestados se mostraron satisfechos o muy satisfechos con la visita cultural realizada, mientras que menos de un 8% se declararon decepcionados al respecto.

Por otra parte, la prescripción de las visitas es mucho mayor en el caso de los visitantes a los museos de Dalí (el 78% de los encuestados) frente al 47% en el caso del Ecomuseo y al 67% de los de los museos de turismo industrial.

Estos resultados se corresponden con el índice de repetición (el 22% frente al 12,8% y al 14%, respectivamente) pero no del todo con el grado de satisfacción, que, a pesar de ser muy alto en los tres casos (la satisfacción alta o muy alta siempre supera el 66%), presenta un mayor porcentaje en el caso del Ecomuseo La Farinera (el 43%).

Este fenómeno, aparentemente contradictorio, seguramente puede explicarse por las mayores expectativas existentes en los visitantes a los museos de Dalí y su concienciación de que se encuentran ante una exposición de obras de arte de gran valor artístico, lo que les hace inolvidable la experiencia vivida.

Así pues, en el caso del turismo cultural de la Costa Brava estamos frente a una variada tipología de turistas. Por una parte, en las visitas a los museos de Dalí, predominan los extranjeros, en su afán de conocer "in situ" la obra de este pintor mundialmente famoso. Sin embargo, en las visitas a los museos industriales y etnográficos, y a los monumentos y edificios singulares, predominan los nacionales, mayoritariamente provenientes de Barcelona y su zona de influencia, ávidos por conocer la cultura, la artesanía, la industria y las condiciones laborales y sociales de una época pasada.

Respecto a los asistentes a los festivales de música, están los amantes de la música, que vienen, en su mayor parte, desde la zona de Barcelona, y los turistas residentes en la Costa Brava, nacionales y extranjeros, que aprovechan su estancia allí para hacer actividades complementarias a las habituales de sol y playa, y que, además, les dan un "plus" de relevancia social.

Finalmente, no es desdeñable la cantidad de estudiantes españoles y franceses que visitan algunos de estos productos culturales como parte de su formación escolar (especialmente los museos de Dalí y el yacimiento greco-romano de Empúries).

El turismo cultural, sin embargo, también presenta problemas de sostenibilidad, ya que se trata de un modelo descompensado económicamente.

Así, aunque para el conjunto de museos de Dalí, los resultados de explotación²⁰, en el año 2010, son positivos, tal como se desprende de la tabla siguiente (*fig.16*)²¹, no ocurre lo mismo con la mayoría de las actividades de turismo cultural de la comarca, ya que al ser mucho menos visitadas, para su supervivencia necesitan importantes apoyos económicos externos, en muchos casos con fondos públicos, en forma de subvenciones y patrocinios.

Figura 16. Resultados económicos de la Fundación Gala-Dalí (año 2010)
(Fuente: Memoria de la Fundación Gala-Dalí, 2011)

Ingresos de explotación	13.505.552 €
Gastos de explotación	9.234.831 €
Beneficios de explotación	4.270.721 €
Inversiones realizadas	2.451.226 €

Por ejemplo, el Ecomuseo La Farinera, de titularidad municipal, con un presupuesto de 230.042 € (año 2007), únicamente obtuvo 13.500 € de ingresos propios (Terés, 2008); es decir, casi el 94% de sus ingresos provinieron de recursos externos, lo que demuestra la importancia y orden de magnitud de las subvenciones y patrocinios necesarios para mantener su viabilidad económica.

Así pues, la marca Costa Brava, en plena fase turística post-fordista, es un destino consolidado que continúa basando su principal atractivo en su paisaje, su clima y sus bellezas y recursos naturales, configurando un territorio densificado urbanísticamente a lo largo de todo su litoral, presentando un importante parque de segundas residencias y una buena oferta de alojamientos turísticos, infraestructuras e instalaciones, pero los nuevos planteamientos turísticos han obligado a los actores locales, públicos y privados, a buscar nuevos productos, como el turismo cultural, que complementariamente sirvan para satisfacer esta demanda y consoliden el destino.

Se trata de un turismo orientado a la búsqueda de sensaciones, el sentido del acto turístico, la percepción de la autenticidad del producto y la conservación del lugar, permitiendo que el turista satisfaga su ansia de nuevas experiencias y amplíe sus conocimientos, sin superar la capacidad de carga de los destinos, excepto en momentos muy puntuales (como ocurre en ocasiones en el Teatro-Museo de Dalí o en algunos festivales de música) y, prácticamente, sin ningún tipo de agresión al medioambiente, pero sí con una importante relevancia social, ya que

²⁰ Incluyendo las visitas al castillo de Púbol, en el Baix Empordà

²¹ El 18% de los ingresos provinieron del merchandising de las tiendas de los propios museos (así, por ejemplo, solamente en el Teatro-Museo de Figueres se ingresaron por este concepto 1.825.000 €)

sirven para poner en valor algunos lugares menos turistificados, ayudando a su desarrollo e impulsando un sentimiento de identidad local en una población con un alto índice de inmigración desde los años 60's.

4. CONCLUSIONES

Para evitar el declive de los destinos maduros de litoral, se han promovido ofertas complementarias, orientada a los cambios en el entorno y a las nuevas motivaciones de los consumidores, pasando el turismo a ser un fenómeno diferente de aquellos otros productos que solemos consumir habitualmente, ya que se ha transformado en una experiencia vital que puede asociarse con unas vacaciones compuestas por varios subproductos de ocio durante un periodo de tiempo determinado, y cuya suma global es considerada por el turista como la experiencia íntegra de su viaje (Williams y Buswell, 2003),.

Tal como se ha puesto de manifiesto en este artículo en el caso de la Costa Brava, el turismo cultural es una de estas ofertas, proporcionando un alto grado de satisfacción en sus consumidores, lo que ayuda a la repetición de las estancias, una cierta desestacionalización y situando en el mapa mundial este territorio como un atractivo turístico-cultural de interés.

Es un turismo que apuesta por un producto personalizado y de calidad, con importantes inversiones en infraestructuras y servicios, pero que presenta un gasto del turista por encima de la media, ya que, junto a las visitas a museos, monumentos y otros puntos de atracción cultural, éste suele manifestar un cierto interés por el contacto con la población local y sus tradiciones.

Sin embargo, este turismo, aunque suele respetar la capacidad de carga de los destinos, provocando pocas alteraciones en sus recursos naturales y en su paisaje, no es sinónimo de turismo sostenible, ya que, como hemos visto en el caso de la Costa Brava, a la sostenibilidad medioambiental y sociocultural se contraponen una falta de sostenibilidad económica (Layuno, 2007), exceptuando los casos en los que existe un fuerte polo de atracción de turistas (“*anchor point*”) que traspasa fronteras.

En este punto, un nuevo debate sería profundizar sobre si esta falta de sostenibilidad económica directa puede compensarse o no con los beneficios indirectos obtenidos por el destino, sean económicos o sociales, ya que sirve para proyectar una imagen integral suya, generando una personalidad diferencial y fácilmente identificable por la demanda; lo que puede ofrecer grandes posibilidades de desarrollo económico en torno a la actividad turística.

También en este artículo se ha visto como el componente emocional adquiere extraordinaria importancia dentro de la experiencia de turismo cultural, ya que las emociones deben concebirse como el elemento central del proceso global de satisfacción del turista y, como consecuencia, la gestión de sus expectativas debe completarse con la gestión de las emociones, de manera que los destinos deben ser capaces de ofrecer, a través de una serie de actividades complementarias, una amalgama de emociones que permitan a los turistas experimentar unos estados emocionales de distinta intensidad, pero que le satisfagan y le comprometan con el destino turístico.

Así pues, un destino turístico de litoral, aunque esté consolidado, como la Costa Brava, si quiere mantenerse en el futuro, ha de presentar unas particularidades propias que le diferencien de los demás competidores, dentro de unos parámetros generales de calidad y sostenibilidad, actualmente ya irrenunciables, y su competitividad se ha de basar en satisfacer a una demanda cada vez más exigente y con mayor interés por el entorno natural y la cultura.

Para ello, es necesaria la colaboración y coordinación entre los distintos actores (administraciones públicas, empresarios y asociaciones locales, comunidad local), ya que les supone un factor de regeneración y revitalización de sus municipios, no sólo a nivel económico, sino también en lo concerniente al aspecto paisajístico, de preservación del patrimonio cultural e histórico, de imagen, externa e interna, y de vertebración y reequilibrio del territorio.

5. BIBLIOGRAFÍA

AGARWAL, S. (2002): "Restructuring seaside tourism. The resort lifecycle", *Annals of Tourism Research*, 29: 5-55.

AGARWAL, S. (2005): "Global-Local interactions in English Coastal Resorts", *Tourism Geographies*, 6 (4): 351-352.

ANTON, S. (2005): "De los procesos de diversificación y cualificación a los productos turísticos emergentes. Cambios y oportunidades en la dinámica reciente del turismo litoral", *Papeles de Economía Española*, Fundación de las Cajas de Ahorros, 102: 316-332.

BARBAZA, Y. (1966): *Le paysage humain de la Costa*, Paris, Libraire Armand Colin.

BARKE, M.; TOWNER, J. (1996). Exploring the history of leisure and tourism in Spain, en: BARKE, M.; TOWNER, J.; NEWTON, M.T. (eds.): *Tourism in Spain. Critical issues*. Wallingford, CAB International: 3-34.

BRAMWELL, B. (2004): Mass Tourism, Diversification and Sustainability Development in Southern Europe's Coastal Regions, en BRAMWELL, B. (ed.): Coastal Mass Tourism. Diversification and Sustainable Development in Southern Europe, Clevedon, Channel View Publications: 1-31.

BONET, L. (2003): Cultural Tourism, en TOWSE, R. (ed.): Handbook of Cultural Economics, Glos, Edward Elgar: 187-193.

BUTLER, R.W. (1980): "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources", The Canadian Geographer, Vol. XXIV (I): 5-12.

BUTLER, R.W. (2006): The tourist area life cycle, Applications and Modifications, Vol. I, Clevedon, Channel View.

CALS, J. (1982): La Costa Brava i el turisme: estudis sobre la política turística, el territori i l'hoteleria, Barcelona, Kapel.

CLAVAL, P. (1995): The impact of tourism on the restructuring of European Space, en: MONTANARI, A.; WILLIAMS, A.M. (eds.): European tourism. Regions, spaces and restructuring. Chichester, John Wiley and Sons: 247-263.

CORDER, G.W.; FOREMAN, D.I. (2009): *Nonparametric Statistics for Non-Statisticians: A Step-by-Step Approach*. New York, Wiley & Sons.

CUADRADO, S.; DURÀ, A.; ESTALELLA, H. (2006): "La transformación de los asentamientos en el litoral turístico catalán: análisis cartográfico y estadístico del Alt Empordà", Investigaciones Geográficas, 40: 159-182.

DANN, G.M.S. (1994): "Tourism and Nostalgia: Looking forward to going back", Vrijetijd en Samenleving, 12 (1-2): 75-94.

DEL REGUERO, M. (1994). Ecoturismo. Nuevas formas de turismo en el espacio rural. Barcelona, Bosch.

DONAIRE, J. A. (2005): La lògica espacial del turisme a la Costa Brava, en: Debat Costa Brava. Un futur sostenible, Girona, COAC: 218-225.

DUBOIS, B. (2000): Understanding the Consumer. Harlow, Pearson Education Limited.

FLEISS, J.L. (2003): *Statistical Methods for rates and proportions*. New York, John Wiley & Sons.

FRAGUELL; R.M. (1993): Turisme residencial y territorio: la segunda residencia a les comarques gironines. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona

FULLANA, P.; AYUSO, S. (2002): Turismo sostenible. Barcelona, Rubes.

GARAY, L. (2007): El Ciclo de Evolución del Destino Turístico. Una aproximación al desarrollo histórico del turismo en Cataluña. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.

GARAY, L.; CÀNOVES, G. (2011): "Life cycles, stages and tourism history. The Catalonia (Spain) experience", *Annals of Tourism Research*, 38 (2): 651-671.

GARCÍA, A; ALBURQUERQUE, F.J, (2003): El turismo cultural y el de sol y playa: ¿sustitutivos o complementarios?. *Cuadernos de Turismo*, 11: 97-105.

GARFIELD, D. (1993): *Tourism at World Heritage Cultural Sites*, Madrid, ICOMOS.

GREENWOOD, P.E.; NIKULIN, M.S. (1996): *A guide to chi-squared testing*. New York, Wiley & Sons.

HERNÁNDEZ, A. (1989): *Cultura y Medio Rural*, Madrid, Editorial Narcea.

HUNTER, C.; GREEN, H. (1995): *Tourism and the Environment. A Sustainable Relationship?*. Londres, Routledge

LAYUNO, M.A. (2007): "El museo más allá de sus límites. procesos de musealización en el marco urbano y territorial". *Oppidum*, 3: 133-164.

LLURDÉS, J.C.; BLANCO, A (2007): "La evolución del turismo en España". En: PRIESTLEY, G; LLURDÉS, J.C.(dir.) *Estrategia y gestión del turismo en el municipio*. Bellaterra, Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera - Universitat Autònoma de Barcelona: 17-28.

MARTÍNEZ-GARCÍA, E.; BARCELÓ, M.A.; PRATS, L. (2006): *El Perfil dels usuaris dels vols de baix cost de l'aeroport de Girona*, Girona, Patronat de Turisme Costa Brava.

MIOSSEC, J.M. (1977): "Elements pour une théorie de l'espace touristique", *Les Cahiers du Tourisme*, serie C, 36.

MUNDET, L. (1996): "La situació econòmica i turística a la Costa Brava", *Revista de Girona*, 180: 44-49.

MUNDET, LI. (1998): L'evolució dels models de turisme litoral. El Regne Unit, la Costa Brava i Cuba. Tesis doctoral, Universitat de Girona.

MUNDET, L. (2000): "La Costa Brava y l'Estartit. Un ejemplo de transición entre distintos modelos turísticos", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 9: 229-250.

OJEDA, J.F. (1992): "Sociedades y territorios de la España turística tradicional. Una reflexión desde Andalucía hacia el futuro", *Estudios Regionales*, 32: 225-247.

OLIVER, J. (2005): El model turístic de la Costa Brava a l'inici del s. XXI: estació d'enllaç o final d'etapa?, en: *Debat Costa Brava. Un futur sostenible*, Girona, COAC: 246-277.

PLOG, S., (1973): "Why destination areas rise and fall in popularity", *Cornell Hotel and Restaurant Association Quarterly*, 14 (4): 55-58.

PRATS, L.; BALAGUÈ, J. (2005): "Cohesión y Sostenibilidad. Elementos Clave en la Competitividad del Territorio Turístico: el caso de la Costa Brava", *Retos Turísticos*, 3 (3): 8-15.

PRATS, L.; PAUNERO, X. (2002): Girona i la Costa Brava: Algunes Reflexions sobre la Cohesió i la Flexibilitat del Territori, *Seminari Internacional sobre Competitivitat i Territori*, Girona.

PRIESTLEY, G. (1978): Transformaciones en dos pueblos de la costa catalana a partir de 1940, con especial referencia al período 1965-1976. Tesina de Licenciatura, Bellaterra, Universidad Autónoma de Barcelona.

PRIESTLEY, G; (2007). "Sostenibilidad, ciclo de vida y desarrollo de los destinos turísticos: hacia un nuevo modelo del turismo español". En: PRIESTLEY, G; LLURDÉS, J.C.(dir.) *Estrategia y gestión del turismo en el municipio*. Bellaterra, Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera - Universitat Autònoma de Barcelona: 29-42.

RICHARDS, G. (1996): *Cultural Tourism in Europe*, Wallingford, CABI.

RICHARDS, G. (2001): *Cultural Attractions and European Tourism*, Wallingford, CABI.

SANTALÓ, J. (2001): *Roses 1875-1975: del model comercial a la revolució turística*. Roses, Ayuntamiento de Roses.

SMITH, M.K. (2003): *Issues in Cultural Tourism Studies*, London, Routledge.

SPIELBERG, T. (1995): "Cultural tourism and business opportunities for museums and heritages sites", *Tourism Management*, 16 (5).

TERÉS, M (2008): "El patrimoni industrial: conservació i musealització. El cas català". Treball de recerca, Universitat de Barcelona.

THUROT, J.M. (1974): The application of scenario technique to tourism: methodological aspects, *Cahiers du Tourisme*, Centre des Hautes Etudes Touristiques.

TROITIÑO, M.A. (2003): "Patrimonio Cultural: Valorización económica y reutilización funcional", en: *CULTURINNOVA2003. Jornadas de Gestión Cultural*, La Palma.

TURNER, L.; ASH, J. (1975): *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*, London, Routledge.

URRY, J. (1994): "Cultural Change and Contemporary Tourism", *Leisure Studies*, 13: 1-6.

VASALLO, I. (1999). Crisis y consolidación, 1972-1982. En: BAYÓN, F (dir.). 50 años del turismo español. Un análisis histórico y estructural. Madrid. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces: 105-124.

VERA, J.F.; BAÑOS, C.J. (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.

VERA, J.F.; LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M.; ANTÓN, S. (1997): *Análisis Territorial del Turismo*, Barcelona, Ariel.

WILLIAMS, C.; BUSWELL, J. (2003). *Service Quality in Leisure and Tourism*. Wallingford, CABI Pub.

LA PLANIFICACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS MEXICANOS: UNA RECETA MIL VECES VANAGLORIADA

Autor:

Salvador Gómez Nieves
Universidad de Guadalajara, México

«Los únicos interesados en cambiar el mundo son los pesimistas, porque los optimistas están encantados con lo que hay».

José Saramago (1922-2010)

Resumen

Hoy en día, casi todo mundo habla de planeación, no existe país, estado, municipio, institución, sector o actividad socioeconómica alguna que no intente planear, aunque en los círculos universitarios y políticos, por lo general, se aceptan los planes sin mayor análisis crítico. La planificación del desarrollo sustentable, tal como aconteció hasta antes de la segunda mitad de los años ochenta con la planificación económica en Latinoamérica y particularmente en México, es un tema de moda e inquieta a bastantes académicos, gobernantes y representantes de la iniciativa privada.

A pesar de la euforia planificadora a nivel nacional, el éxito de los planes turísticos, por lo menos en nuestro país, es relativo, pues muchos de los impactos negativos que se observan en los centros de recreo de numerosas naciones del mundo, se dan y se están dando ahora mismo en los sitios de sol y playa mexicanos. Todo estudioso del ramo está de acuerdo en que ante el estancamiento mostrado frecuentemente por los destinos vacacionales maduros es importante renovarlos o reestructurarlos. Sin embargo, la realidad es que los responsables técnicos de los “planes estratégicos” tienen una remota idea de la complejidad que conlleva el camino hacia el desarrollo y, por consecuencia, de cómo alcanzar el ansiado paradigma de la sustentabilidad en el turismo.

Lo más común es escuchar y leer que la sustentabilidad del turismo sólo se puede lograr con una planificación o gestión armónica, integral y participativa. Por tanto, vale la pena cuestionarse ¿la planificación, tal como se ha venido realizando en los últimos tiempos en México, ha sido un instrumento eficaz para el desarrollo de nuestros destinos costeros? ¿Por qué hay planes exitosos (los menos), y otros que no los son (los más)? y ¿por qué hay destinos pobres o subdesarrollados y otros ricos o consolidados?

Abstract

Nowadays, almost everyone talks about of planning, no country, state, municipality, institution, sector or socio-economic activity that doesn't try to plan, although academics and politicians, generally accepted the plans without further critical analysis. Planning for sustainable development, just as happened until the second half of the eighties with economic planning in Latin America and particularly Mexico, is a hot topic and anxious to quite scholars, leaders and representatives of private enterprise.

Despite the euphoria planner at national level, the success of tourism plans, at least in our country, is relative, since many of the negative impacts are observed in the recreation centers of many nations of the world, are given and are occurring right now in the sun and beach sites in Mexico. Every studios of the industry agrees that the stage of stagnant shown frequently by mature vacation destinations is important to renew or restructure. However, the reality is that technicians responsible for the "strategic plans" have a remote idea of the complexity involved in the development path and, consequently, how to achieve the desired paradigm of sustainability in tourism.

The most common is to hear and read that tourism sustainability can only be achieved with a harmonic planning or management, integrated and participatory. Therefore, it's worth asking, planning as has been done in recent years in Mexico, has been instrumental in the development of our coastal destinations? Why are successful plans (least), and others are not (most)? and why are there poor or underdeveloped destinations and other rich or consolidated?

1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, casi todo mundo habla de planeación, no existe país, estado, municipio, institución, sector o actividad socioeconómica alguna que no intente planear, aunque en los círculos universitarios y políticos, por lo general, se aceptan los planes sin mayor análisis crítico. La planificación del desarrollo sustentable, tal como aconteció hasta antes de la segunda mitad de los años ochenta con la planificación económica en Latinoamérica y particularmente en México, es un tema de moda e inquieta a bastantes académicos, gobernantes y representantes de la iniciativa privada.

A pesar de la euforia planificadora a nivel nacional, el éxito de los planes turísticos, por lo menos en nuestro país, es relativo. Sin duda, muchos de los impactos negativos que se observan en los centros de recreo de numerosas naciones del mundo, se dan y se están dando ahora mismo en los sitios de sol y playa mexicanos, ya sean en los que surgieron de modo espontáneo (como Puerto Vallarta, Mazatlán, Acapulco y Veracruz) o los que emergieron mediante la “planificación integral” (Cancún, Ixtapa, Loreto, Los Cabos y Huatulco).¹ Todo estudioso del ramo está de acuerdo en que ante el estancamiento mostrado frecuentemente por los destinos vacacionales maduros² es importante renovarlos o reestructurarlos. Sin embargo, la realidad es que los responsables técnicos de los “planes estratégicos” tienen una remota idea de la complejidad que conlleva el camino hacia el desarrollo y, por consecuencia, de cómo alcanzar el ansiado paradigma de la sustentabilidad en el turismo. Por lo que cada quien tira para su lado y, por si fuera poco, a veces ingenua y simplistamente.

Lo más común es escuchar y leer que la sustentabilidad del turismo sólo se puede lograr con una planificación o gestión armónica, integral y participativa. Por tanto, vale la pena cuestionarse ¿la planificación, tal como se ha venido realizando en los últimos tiempos en México, ha sido un instrumento eficaz para el desarrollo de nuestros destinos costeros? ¿Por qué hay planes exitosos (los menos), y otros que no los son (los más)? y ¿por qué hay destinos pobres o subdesarrollados y otros ricos o consolidados (pues es imposible encontrar en nuestro país un centro turístico desarrollado, en el sentido correcto del término)? Se está consciente que dichas interrogantes no son fáciles de responder, máxime cuando en este escrito se formulan una gran cantidad de hipótesis que tratan de explicarlas. Se considera que la eficacia de los planes de desarrollo no dependen de un solo factor, sino de diversas variables, entre ellas, sobresale la capacidad técnica de los planificadores y tomadores de decisiones. Así pues, entre algunas de las tesis que se manejan en este ensayo, están:

- La planificación o la planeación del desarrollo no es una técnica al alcance de cualquiera, pues es todo un sistema que surge como resultado del esfuerzo intelectual de sus especialistas.

¹ No se puede negar que estos centros turísticos integralmente planeados (CTIP) han generado cosas buenas desde el terreno de lo turístico y económico; sin embargo, orientar el desarrollo bajo estas visiones sería ceguera o miopía intelectual. El futuro del turismo para los destinos costeros mexicanos (espontáneos y planificados) sería esplendoroso si el crecimiento turístico y económico que muestran algunos, sobre todo Cancún, Los Cabos y Puerto Vallarta, fuera acompañado del desarrollo, entendido como mayores niveles de bienestar de las comunidades receptoras.

² Debido a la sobreoferta de instalaciones turísticas, la disminución de las corrientes de visitantes, la escasa competitividad en los mercados, la sobreexplotación de suelos, el caos urbano, el deterioro de la naturaleza, la pérdida de identidad cultural de las comunidades receptoras, entre otros problemas.

- El llevar a cabo estrategias, políticas y acciones de carácter turístico, socioeconómico, político y ambiental más eficaces, que permitan transformar los sueños en realidad, requiere de profundos conocimientos teóricos y empíricos, visiones multidisciplinarias, pensamiento complejo y sobre todo de principios éticos de los planificadores.
- Las limitaciones formativas y/o intelectuales de los académicos e investigadores mexicanos, hacen que la participación de nuestras universidades en las tareas de planeación del desarrollo turístico sea casi nula.
- Hacen falta ideas que permitan involucrar amplia y abiertamente la participación de los pobladores locales en el desarrollo turístico y construir consensos entre el sector público, la clase empresarial y la sociedad civil.
- Los planes de desarrollo muestran una multitud de juicios de valor en lugar de afirmaciones objetivas, esto es, numerosas aseveraciones se presentan como tesis sin prueba de por medio. En efecto, los planes se olvidan de una de las características fundamentales de la ciencia, la evidencia, es decir, en que se basa en datos confiables y comprobables.
- México necesita una planeación para el cambio estructural y no una planeación del *statu quo* inoperante y burocrática como la realizada hasta la fecha. Un claro testimonio de esto son las acciones coyunturales y aisladas, como el *Acuerdo Nacional por el Turismo*³ y la declaración del 2011 como *Año Nacional del Turismo*,⁴ anunciados por el presidente de la República Mexicana, Felipe Calderón Hinojosa, con el objeto de promover al país a fin de que sea uno de los cinco principales destinos del mundo.
- Desde tiempo atrás, en los medios académico y gubernamental se ha desatado un discurso dominante que tiende a desvirtuar el genuino significado del turismo sustentable, turismo alternativo y ecoturismo. De todos es conocido el hecho de que estos conceptos emergen ante la crisis turística, ambiental y social del turismo de masas a partir de los años ochenta. Por lo que vale la pena preguntar aquí, ¿por qué muchos estudiosos repelen la idea de desarrollo como significado de dichas modalidades de turismo, y siguen con esa cantinela de que éstas son viajes, prácticas, actividades, nichos de mercado, entre otras simplezas?⁵

³ Este acuerdo fue firmado el 28 de febrero de 2001, y según la Secretaría de Turismo federal es un instrumento de colaboración entre múltiples actores signatarios, creado a través de un ejercicio de consulta que, por primera vez en México, articula una política de estado de largo plazo en materia turística. Consultado el 12 de septiembre de 2011 en: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Que_es_el_Acuerdo_Nacional_por_el_Turismo

⁴ Véase el acuerdo, en Diario Oficial de la federación del 26 de enero de 2011, por el que se declara 2011, *Año del Turismo en México*. Consultado el 12 de septiembre de 2011 en: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/1229/1/images/decreto2011.pdf>

⁵ Una mayor argumentación al respecto, consúltese Gómez (2010c: 223-242).

Así pues, este trabajo se estructura en tres grandes apartados. En el primero, a modo de introducción, se plantean las preguntas de investigación y ciertas tesis que se manejan en el ensayo. En segundo término se examinan dos modelos de turismo: los ciclos de vida de los destinos turísticos y el paradigma del postturismo, que aun cuando sus explicaciones no parecen satisfactorias, han influido en la configuración del pensamiento latinoamericano y son los que de forma frecuente asumen los que supuestamente determinan el rumbo del turismo en el futuro. En este mismo punto, se argumenta en contra de los «sueños guajiros» en que están inmersas las estrategias, objetivos y metas de los planes de desarrollo. Por último, en la tercera parte se presentan a manera de conclusión algunas recomendaciones en este sentido.

Este ensayo se elaboró con base en información secundaria, mediante el análisis de varios planes y programas oficiales de desarrollo turístico generados primordialmente por la Secretaría de Turismo federal (Sectur), el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur) y los gobiernos estatales, en especial aquellos elaborados para la entidad de Jalisco.

Para evitar malos entendidos con respecto a la posición pesimista que asume este estudio, acerca de la planeación estratégica de turismo en México y, particularmente, en los principales destinos del estado de Jalisco, Guadalajara y Puerto Vallarta, se elucida que en ningún momento este escrito pretende ser un desencanto destructivo a todo lo que se ha ejercitado en el país en este campo. En lugar de ello, lo que se busca es dar respuestas firmes a los más trascendentales problemas que deben afrontar los que utilizan esta herramienta de desarrollo, no ocultarlos o deformarlos.

2. LA PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO

Existen dos razones principales por las cuales los gobiernos latinoamericanos han llegado a aceptar oficialmente la idea de la planificación. Primero, en gran medida por el éxito de la aplicación por Estados Unidos de América en la recuperación económica de Europa y Japón después de la Segunda Guerra Mundial en 1945 (Molina y Rodríguez, 1999: 22) y, segundo, por las conquistas de los modelos socialistas impuestas por los triunfos de las revoluciones de Rusia en 1917 y de Cuba en 1959, que se convirtieron en leyendas doctrinarias y resultaron tan estimulantes para los pensadores y escritores de la izquierda de América Latina. Sin embargo, los excesos dogmáticos y la falsa creencia de que el socialismo poseía la verdad absoluta, hicieron que muchos intelectuales se desencantaran con dicha postura.

En la actualidad, la planeación estratégica suele tratarse como una cuestión meramente técnica. Con sus honrosas excepciones, los consultores son poco críticos y autocríticos, no profundizan en las falencias del sistema turístico, ni siquiera advierten sus fallas porque están muy ocupados en definir conceptos al interior de su propio conocimiento (véase por ejemplo a Valls, 2004). La mayoría de los estudiosos quieren solucionar las contradicciones de los destinos con modelos y técnicas de dudosa confiabilidad y desconectados de los graves problemas que enfrenta hoy en día nuestro país, como: inseguridad, narcotráfico, corrupción, pobreza, desigualdad y dependencia comercial y tecnológica. Veamos, por ejemplo, el modelo de ciclos de vida de los destinos turísticos, una herramienta sumamente utilizada en la planificación del desarrollo turístico.

2.1. El modelo de ciclos de vida de los destinos turísticos

A diferencia de lo que ocurre con muchos de los esquemas teóricos que nos aportan las disciplinas sociales, el modelo de ciclos de vida de los destinos turísticos no es una teoría científica, pues no ofrece explicaciones convincentes sobre este fenómeno social contemporáneo. No se considera una buena teoría (en el sentido de *What is a Good Theory?* de Boudon, 2006), en discrepancia con lo que sostienen varios investigadores (véase a Valls, 2004: 49), porque sus conocimientos oscilan entre la mera descripción de cada una de las fases por las que transitan los lugares de recreo: exploración, involucramiento, desarrollo, consolidación y estancamiento (Butler, 1980). Desde mi punto de vista, este modelo propuesto por Butler -este afamado estudioso del turismo canadiense- no aporta gran cosa al saber explicativo y mucho menos predictivo, por lo que resulta muy poco útil para comprender la realidad socioeconómica, política y ambiental de los territorios turísticos. Hay que recordar que «...a donde quiere llegar la ciencia es a la explicación; y en este sentido por supuesto que una investigación explicativa es mejor que una investigación descriptiva vista desde la perspectiva de la acumulación de conocimiento. Sin embargo, para llegar a la explicación hay que pasar por la descripción», tal como bien apunta Leal (2008: 65).

Entonces ¿cuál es la razón para sostener que esta visión explica mejor el turismo y sus tendencias? Butler y sus tantos seguidores (por ejemplo: Valls, 2004 y Martín, 2007) reflejan el modelo de modo resumido en dos aspectos: uno, en la evolución y el decaimiento de los centros turísticos; y dos, en el planteamiento de una serie de recomendaciones, aparentemente estratégicas, para tratar de solucionar o aminorar el decaimiento de los destinos maduros, caracterizados por la pérdida en la cuota del mercado de viajeros, el predominio de precios bajos en los servicios, el envejecimiento de la planta de hospedaje y la explotación intensiva de la

naturaleza.⁶ Hay que hacer hincapié que en ningún momento se pone en entredicho cada una de las etapas desplegadas por el modelo, ni los rasgos que identifican al estadio de estancamiento, pues el turismo en cualquier lugar del mundo ha atravesado históricamente por periodos de auge y bonanza, seguidos por etapas de declive u obsolescencia.⁷

Que quede claro, lo que se discute aquí es la capacidad de este modelo que surge a partir del concepto mercadológico «ciclos de vida del producto», para examinar los verdaderos obstáculos de nuestros destinos, pero también para definir las tendencias del turismo y las estrategias de desarrollo precisas. Es decir, lo que se cuestiona es la hipotética habilidad del instrumento para ayudarnos a pensar en mecanismos que puedan hacer más duraderos y extensivos los periodos de prosperidad, y menos frecuentes y más cortos los lapsos depresivos. Una prueba de las debilidades intelectuales de los planes de desarrollo turístico en México, sustentados en este modelo (véase, por ejemplo, Gobierno del estado de Nayarit, 1999), son los vanos intentos por superar la decadencia que muestran la mayoría de nuestros sitios de sol y playa. Los graves males sociales y ambientales continúan aún insolubles pese a las políticas de usos del suelo, mejoramiento urbano, promoción de los destinos, entre otras.

Lo que más llama la atención en el modelo de ciclos de vida es la concepción tan errónea y distorsionada que tiene acerca del desarrollo, diametralmente opuesta a las definiciones adoptadas por las distintas ciencias sociales. Al igual que en el discurso académico del turismo, existe una tendencia a usar los términos desarrollo y crecimiento de forma indiferente (en esencia como sinónimos), pese a que la primera noción ha sido discutida amplia y primordialmente por las disciplinas económica, sociológica y antropológica (véase, por ejemplo, Bifani, 2007: 106-137; y Beaucage, 2006); en las que se precisa que el desarrollo se relaciona con variables cualitativas, y es un asunto que abarca no sólo lo económico sino también lo social, lo cultural, lo ambiental y lo político. En síntesis, el desarrollo tiene que ver con la mejora en la calidad de vida de las poblaciones locales en todos los sentidos; en parangón con el crecimiento que se reduce sólo a variables cuantitativas y económicas (Gómez, 2010b: 168). El paradigma del crecimiento económico para el logro del desarrollo está rebasado.

⁶ Mayores características sobre los destinos maduros, *vid. supra* la nota de pie número dos.

⁷ La historia nos ha demostrado cómo ciertos ciclos económicos recesivos (como las crisis mundiales de 1929, 1987 y 1995 por ejemplo) se cierran, ya que esto ha dependido de la capacidad intelectual de los humanos para buscar mecanismos que transformen la realidad. Un caso ilustrativo de que el cambio no es una cosa natural, son las enseñanzas del ilustre economista británico John Maynard Keynes, quien -ante la gran crisis de 1929- propuso implementar una estrategia contra cíclica mediante el incremento del gasto público para lograr el pleno empleo, aún a costa de niveles moderados de déficit fiscal o inflación. La estrategia de este pensador inglés se basaba en que el gobierno debe apoyar o sustituir a las empresas privadas cuando éstas se encuentren en situaciones de crisis o apremio financiero.

Mientras persistan las terribles desigualdades sociales, los altos niveles de desempleo y subempleo, el deterioro de los recursos naturales y la pérdida de identidad de los destinos, no se puede hablar de desarrollo. En este sentido, el desarrollo es un proceso complejo, intrincado, arduo y prolongado, donde no existe fórmula o regla dorada alguna que se pueda aplicar indistintamente. Como consecuencia de ello, se considera que es mínima la capacidad del esquema «ciclos de vida de los destinos» para explicar la realidad turística y, mucho menos, para transformar el modelo de turismo tradicional.

Si se es honesto, esta herramienta no postula un cambio de estrategia de desarrollo. Una de las muestras más evidentes de esto, son los diagnósticos que recaen en el decaimiento de la actividad del turismo, y que por lo general son valoraciones muy limitadas debido a esa tendencia de abordar los problemas exclusivamente desde el ángulo de lo turístico, sin conectar con las contradicciones sociales, políticas y ambientales. El analizar el turismo desde la óptica de saberes «parroquianos», lo más seguro es que conduzca a descubrir insignificancias o lo que ya se sabe; esto es, que induzca a contar con esquemas de interpretación similares y con las mismas propuestas o recomendaciones de siempre. En otras palabras, cualquiera que plantee los problemas con idénticos marcos de referencia y métodos de estudio, es lógico que deba aprehender el mundo social de igual modo. Por tanto, la primacía concedida a «mirar sólo hacia adentro», ese virus que no deja en paz a demasiados turismólogos, es un lastre que urge eliminar si es que se quiere dominar la tarea intelectual de la planificación.

Detrás de las hermosas fachadas de Cancún (el gran logro de la política turística de México), Vallarta, Acapulco y Playa del Carmen, cuatro de los principales destinos nacionales de litoral, predominan la prostitución, el tráfico y venta de niños, la pornografía y el turismo sexual; y pese al aumento de estos delitos, poco se ha hecho para combatir estos males sociales, según el estudio denominado «La trata de personas en el sector turístico». Aunque la directora de este trabajo, Marisol Vanegas, elucida que si bien «el turismo no genera la trata de personas, si crea el espacio que permite, admite e incentiva que se desarrollen estas prácticas...» (citada en Serrano, 2011).

Los mexicanos somos unos imberbes en planeación del desarrollo turístico, pues no hemos aprendido lección alguna. ¿Dónde quedaron todas las experiencias de la Sectur y el Fonatur, en especial aquella adquirida con los denominados «Centros Turísticos Integralmente Planeados»? ¿Por qué seguimos empeñados en contratar consultores externos, pese a que no han dado resultados? (véase el caso del *Plan Estratégico de Turismo del estado de Sinaloa*, en Chias Marketing, 2006). ¿Dónde quedaron todas las enseñanzas de más de medio siglo de educación turística superior en México? ¿Dónde quedó todo nuestro legado histórico en materia de

planeación? El turismo mexicano, en los albores del Siglo XXI, no ha cambiado mucho en cuanto al uso irracional de los recursos naturales, pues se siguen destruyendo bosques, contaminando ríos y mares, y todo lo que nos rodea, nuestro entorno. Nos da igual los tratados de Kyoto (1997) o las cumbres de Río de Janeiro (1992), Copenhague (2009), Cancún (2010) o las venideras. ¿Por qué hemos llegado hasta aquí sin que hayamos frenado? ¿Es qué no aprendemos?

2.2. El paradigma del posturismo

A tono con el rejuvenecimiento o la reconversión de los destinos turísticos, relativa a la fase de estancamiento de Butler, surge a finales de los noventa del siglo pasado el discurso académico del posturismo, el cual ha alcanzado ya gran fama en Latinoamérica, aunque sin previa reflexión y crítica alguna por parte de sus adeptos (*cf.* Molina, 2006). Me pregunto, ¿es real el llamado posturismo?, o ¿es una ilusión producto de la mercadotecnia?, o ¿es una desorientación teórica, empírica y filosófica que muestra la academia del turismo latinoamericana?

Es indiscutible que la planificación del desarrollo, como todo conocimiento, requiere fundamentarse en teorías lógicamente bien estructuradas y en evidencias empíricas convincentes, pero también en otros principios básicos de la ciencia, como: rigurosidad y profundidad en los análisis, crítica fundamentada, coherencia teórica y metodológica, así como búsqueda de la verdad o, en su caso, una aproximación a la misma. Por consecuencia, no es muy razonable concluir un estudio sólo expresando la misma receta de siempre: «hay que reconvertir el modelo turístico para perfilar el destino como un centro cada vez más exclusivo y sofisticado, enfocado a un tipo de turismo más especializado y redituable». Es muy fácil decir esto, lo difícil es definir el ¿cómo? o ¿cuál es el camino? Tampoco se ve cómo se podrían resolver los añejos problemas sociales y ambientales con la “brillante” y trillada sugerencia de promover “nuevos turismos”. Cabría preguntarse ¿nuevos, para quién? ¿Nuevos el ecoturismo, el turismo de naturaleza, el turismo rural, el turismo de aventura, el agroturismo, el turismo de golf, el turismo de cruceros, el turismo gay, el turismo de negocios? (Gómez, 2010b: 168 y 169).

Aunque el turismo muestre cambios (obvio todo cambia, nada es estático), esto no significa que se esté transitando hacia un nuevo modelo de desarrollo. A pesar de la percepción de ciertos despistados, el turismo no ha cambiado en México. No se vislumbra un auténtico esfuerzo por transformar la realidad turística; seguimos empeñados en los mismos discursos del «turismo alternativo» o del «turismo sustentable» que tanto se pregonan en nuestra academia, pero que también la han pervertido. No hay indicios del “nuevo turismo” en el país –al igual que en otras

naciones latinoamericanas-, pues dichas modalidades de turismo continúan siendo un ideal para las cúpulas gubernamentales, agentes de viajes y uno que otro incauto académico.

No obstante los méritos que podría tener la concepción del posturismo, nadie hasta el momento, al menos en América Latina, ha valorado su capacidad de explicación y de predicción. Ni siquiera los más conspicuos estudiosos del ramo consiguen vaticinar con un alto grado de certeza hasta dónde llegará la crisis actual del turismo en México, provocada por múltiples factores, primordialmente por la problemática económica financiera global -en particular la de los Estados Unidos- y por la inseguridad nacional. Se debe admitir que el posturismo es una simple declaración normativa, más que una teoría. Mientras que sus promotores no hayan demostrado que el turismo convencional (o de masas) y los destinos maduros o agotados estén transitando hacia ese nuevo estadio -que no se alcanza a perfilar con nitidez-, se puede asegurar que esta contribución es falsa, en términos popperianos (*Ibidem*: 169).

Es importante no aferrarse ni sucumbir tan tranquila e ingenuamente a modas intelectuales, como el posturismo, el turismo alternativo y el turismo sustentable,⁸ pues, por lo común, sus seguidores no demuestran con argumentos sólidos lo que propugnan. Todavía no se aprende o no se quiere aprender que es demagógico y poco ético crear falsas expectativas. Convertir el discurso académico en un dogma que no exige pruebas sólo porque lo pregona, basta y sobra, un famoso autor, es una aberración y hasta un peligro, debido a que fomenta la credulidad y debilita la capacidad intelectual, al relegar el pensamiento científico. Hay que decirlo sin rodeos: el posturismo en México, con sus características, entre otras: ludópolis (mecas del juego), parques temáticos (al estilo Disney), instalaciones modernas y atracciones fantásticas, modelos de entretenimiento (en el sentido Hollywoodense), es sólo una creación imaginaria. Habría que indicarles a quienes están obsesionados con este discurso que son promotores de creencias sin fundamentos racionales (donde tienen más valor los dichos que los hechos), pues no han expuesto evidencias fehacientes o predicciones válidas y agudas sobre esta modalidad de turismo, y que a lo que se han limitado es a señalar lo que podría ocurrir si la ética rigiera las cosas. Por supuesto que no se está en contra de la ética, pero hubiera sido éticamente más correcto admitir que eso no es realidad, sino admirables sentimientos, como por ejemplo, ¿quién se atreve a poner en duda que el turismo sostenible debe ir en contra de la loca carrera de esta actividad? ¿Quién discute que el ecoturismo debe cuidar el medio ambiente y respetar las culturas locales? Lo más seguro es que nadie, pues desde la visión social y ambiental ambos

⁸ Un análisis más profundo sobre estos discursos se puede observar en los trabajos «El nuevo sueño del turismo contemporáneo: el postmodernismo»; «Turismo sustentable: la Industria del mito y la fantasía»; «Usos y abusos en el discurso del turismo alternativo en México» y «La triste realidad del turismo alternativo: el caso del ecoturismo de la zona huichol» (Gómez, 2005; 2006; 2010c; y 2011 respectivamente).

discursos son válidos, pero también políticamente atractivos. Me pregunto, ¿por qué en lugar de estar satisfaciendo la buena conciencia de sus promotores (pues este tipo de discursos, desde mi punto de vista, es para lo único que sirve), no se cuestionan los planes y programas de desarrollo basados en postulados morales? ¿lo creíble de sus objetivos y estrategias, si es que llegan a formularse?, o ¿lo viable de sus modelos, pues la mayoría de ellos son un mero refrito de doctrinas construidas en otros campos disciplinarios? (*Ibidem*: 169 y 170).

2.3. Los «sueños guajiros» de los planes de desarrollo turístico

Un nuevo modelo de desarrollo requiere de imaginación y talento de quienes diseñan e impulsan las transformaciones necesarias para encarar los graves problemas y obstáculos que muestran los destinos turísticos. Y estas competencias brillan por su ausencia en muchos estudiosos del ramo. Hasta la ciencia se considera como una tarea esencialmente creativa, lo cual se manifiesta en la construcción de nuevos métodos e instrumentos para realizar observaciones o experimentos. Desde luego que el desarrollo es un tema complejo y sinuoso, por lo que siempre será más cómodo decirlo que conseguirlo. Este concepto suena infinitamente más simple de lo que es, por lo que no existen atajos ni soluciones fáciles para lograr el desarrollo. Para no distorsionar o frustrar los cambios propuestos o los escenarios deseados es importante que la cultura, la ciencia y el pensamiento intelectual sean los fundamentos que rijan la comprensión y explicación de la realidad.

Los académicos en turismo de Latinoamérica tenemos comportamientos muy parecidos, no probar lo que afirmamos respecto a futuros promisorios, aun cuando lo que está por venir para nuestras naciones no sea muy halagüeño. Si bien el visualizar cualquier escenario requiere de un trabajo serio de proyección de los principales indicadores turísticos, sus pronósticos suelen ser muy poco confiables. De igual manera, la Sectur, al dejarse llevar por el optimismo de instituciones internacionales como la Organización Mundial del Turismo (OMT) o el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, es muy propensa a retomar discursos ensalzadores, al estilo siguiente: «En los últimos años el turismo en el mundo ha crecido a tasas superiores que el crecimiento de la economía en su conjunto»; «México se ubica en la lista de los diez primeros países con mayores llegadas de turistas en el mundo»; «... se estima que en el año 2017 la participación del PIB turístico respecto al PIB global mundial será del 10.9 por ciento» (Sectur, 2007: 9 y 10). Por lo general, quieren convencernos de que las tendencias apuntan a que este fenómeno social seguirá aumentando en el futuro, pese a que los hechos muestran que nuestro país suma tres sexenios de incrementos turísticos y económicos pobres, situación que se ve

agravada, en los últimos años, por la desarticulada guerra que enfrenta el gobierno en contra del narcotráfico.

Me parece un contrasentido el discurso oficial cuando, por un lado, se insiste en que vamos por el camino correcto en las esferas económica y turística, y por el otro lado, se sabe que los mayores recursos financieros públicos federales se destinan al combate a la delincuencia. Hay que admitir que México navega con la etiqueta de ser uno de los países con más violencia en el mundo; somos vistos en el extranjero como una nación peligrosa; y que aun cuando sean seductoras nuestras atracciones naturales y culturales, resulta arriesgado visitar algunas de ellas. Por tanto, comparto con muchos mexicanos la duda de si el turismo ha sido una actividad estratégica de desarrollo para la actual administración gubernamental. No existe viso de que la inseguridad termine, al menos en lo que queda del presente sexenio (un poco más de un año), pues la prioridad absoluta de las autoridades federales es no dar marcha atrás en este combate abierto contra el crimen organizado. Con este desalentador panorama sin paz social para el país, en particular para entidades como Guerrero y Michoacán, y ciudades fronterizas como Ciudad Juárez y Monterrey, hay poco que celebrar con la declaración del 2011 como el *Año Nacional del Turismo* (vid. *supra* la nota de pie número cuatro).

El turismo en México está cargado de tristes augurios por crisis económica mundial, pero sobre todo por la violencia creciente que amenaza con extenderse a otros ámbitos geográficos del territorio nacional. Según el analista Néstor Ojeda, «*las playas del Pacífico mexicano no van bien. Acapulco, la joya turística de los años sesenta y setenta, liga varios años en que su ocupación de su 53 mil habitaciones durante semana santa, se ha quedado en un 80 por ciento, y este 2011 no fue la excepción. la explicación es muy simple no hay destino turístico que aguante esta inseguridad y la crisis económica de los mexicanos*».⁹

La propuesta del vigente gobierno federal de posicionar a México dentro de los cinco primeros países en captación de turistas internacionales para el 2018, a través de una mayor captación de divisas e inversión privada (Fonatur, s/f),¹⁰ es un «sueño guajiro», pues lograrlo significaría que, por un lado, nuestro país atraiga para ese año entre 25 y 30 millones de viajeros del exterior más de los que en el 2010 recibió (22.6 millones); y que, por el otro lado, Francia (con 74.2 millones), Estados Unidos (con 54.9 millones), España (con 52.2 millones) y China (con 50.9

⁹ Néstor Ojeda, columna *Vuelta Prohibida*, en diario *Público* del 24 de abril de 2011, p. 2.

¹⁰ También la titular de la Sectur, Gloria Guevara Manzo, mencionó que el objetivo para el 2018 es ubicar a México entre los primeros cinco lugares del mundo en cuanto a la llegada de turistas e ingresos de divisas. Esta meta implica que se deben alcanzar 50 millones de visitantes y lograr una captación de divisas de más de 40 mil millones de dólares. «Son metas muy ambiciosas, pero alcanzables si trabajamos en equipo y conjuntamos esfuerzos a través del Acuerdo Nacional por el Turismo». Véase en Boletín 43 *Refuerza CPTM estrategia de promoción de nuestro país*. Consultado el día 12 de septiembre de 2011 en: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_43

millones) disminuyan esta cantidad de turistas internacionales en los próximos 8 años; mientras que Italia no crezca durante este mismo periodo, un panorama que no parece nada lógico (véanse estas cifras en Sectur, 2011). Conviene advertir que plantear metas inviables resulta contraproducente para comprender los problemas de fondo; no se puede anteponer las ocurrencias a las ideas sensatas (entendidas como resultado de un proceso de reflexión). Me pregunto ¿cuáles son las estrategias para alcanzar semejante milagro? La respuesta, según el gobierno federal, son los diez ejes “estratégicos” establecidos en el Acuerdo Nacional por el Turismo para impulsar esta actividad de manera conjunta y comprensiva, a saber: 1) Incrementar la conectividad y facilitar el tránsito; 2) Construir, mantener y mejorar la infraestructura turística y fomentar el ordenamiento urbano; 3) Fortalecer la promoción turística en el país y en el extranjero; 4) Fomentar la inversión pública y privada y facilitar el financiamiento al sector turístico; 5) Elevar la competitividad de los destinos y empresas turísticas para garantizar la experiencia del turista; 6) Diversificar y enriquecer la oferta turística; 7) Fomentar la integración de cadenas productivas nacionales; 8) Ofrecer el mejor servicio y promover una cultura turística; 9) Impulsar cambios regulatorios a favor del sector turismo; y 10) Promover el desarrollo equilibrado sustentable.¹¹

Resulta inconcebible que no existan estrategias claras y precisas para el logro de tan ambiciosa meta (estar en el selecto grupo de los cinco primeros países dentro de la clasificación turística mundial). Sin duda que no están en la mente de los funcionarios federales de turismo (ya no digamos estatales y municipales) los proyectos y acciones con los recursos adecuados de todo tipo para el logro de lo propuesto. La realidad nos ha enseñado que sólo con buenos deseos no se hacen buenas cosas. Es decir, la gestión y el desarrollo turístico requieren que sus especialistas cuenten con mayores y mejores conocimientos y capacidades, en especial un pensamiento estratégico y una habilidad intelectual para la formulación de estrategias coherentes, proyectos y acciones concretas, así como metas específicas, pues de lo contrario serán un mero anhelo si se carece de todo ello. Esta tesis -central en la mayoría de mis trabajos-, no ha sido alterada, en lugar de ello se ha fortalecido al examinar nuevas experiencias (véase Gómez, 2010a).

Ahora bien, se insiste mucho en que la solución al problema de los destinos turísticos maduros es su reestructuración y rejuvenecimiento mediante la implementación de planes de desarrollo adecuados y correctos. Sin embargo, mientras los proyectos y acciones -que lógicamente deben contemplar esta herramienta- no sean cuantificables, reportables y verificables en un tiempo

¹¹ Una mayor información sobre el Acuerdo Nacional de Turismo, *vid. supra* la nota de pie número tres. Los diez ejes definidos se pueden consultar en: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/1323/1/images/10%20Ejes.pdf>

determinado (a diferencia de los diez ejes estratégicos mencionados), el desarrollo será sólo quimera. En los “planes estratégicos” no basta con proponer una serie de repeticiones mil veces tratadas -y cuando bien nos va ejecutadas- como: revitalizar muelles o malecones, renovar centros históricos, rehabilitar estaciones de ferrocarril, restaurar monumentos o edificios históricos, rescatar haciendas y casas rurales, dotar de infraestructura de acceso y señalamientos, organizar ferias y festivales, habilitar senderos, entre otros; pues todas estas ideas han sido insuficientes para repuntar el turismo en los lugares donde se han puesto en práctica, sobre todo cuando el desarrollo no es fiable. Hasta habilitar atracciones al estilo Las Vegas, como propone el paradigma del posturismo, ha sido un total fracaso desde la óptica turística, social y política en México. Si alguien duda de esto último, hay que traer a la mente el tan lamentable suceso reciente del casino Royale en la ciudad de Monterrey, el cual reveló que la legalización de casinos en nuestro país ha dejado más daños sociales (corrupción, delincuencia organizada, ludopatía, entre otros, encubiertos a principios de este siglo cuando se argumentó en gran medida en favor de los casinos) que beneficios a las sociedades (turismo, empleos e impuestos). Ni siquiera la instalación de nuevos museos, espacios y rutas temáticas en torno a la historia y la cultura, en los más de los casos, han sido factores de éxito en las ciudades donde se localizan, tal como se esperaba. Si no fuera absolutamente cierto esto, por qué los principales destinos turísticos de México no han podido salir del atolladero en que se encuentran. Veamos los casos de los destinos más importantes del estado de Jalisco.

Hay poco que celebrar con el turismo de Jalisco, sobre todo cuando se sabe que Guadalajara, la capital de este estado, no se ha podido consolidar como un destino turístico exitoso. El mercado de turistas que viaja a la zona metropolitana de Guadalajara (ZMG), por motivos culturales y recreativos cada vez es menor. A pesar de la continua afluencia turística, en especial por motivos de negocios y por congresos y convenciones, que arriban a la ZMG, la ocupación hotelera no ha alcanzado ni siquiera el 50 por ciento promedio anual (véase Sector, s/f). Esta situación es preocupante (en particular para los hoteleros), más cuando su oferta de establecimientos de hospedaje se ha incrementado a últimas fechas, al alcanzar la cifra de las 21.5 mil habitaciones, con motivo de los Juegos Panamericanos 2011. Si bien se reconoce los grandes esfuerzos y las obras que se han hecho para llevar a cabo este evento deportivo de carácter internacional, como: la ampliación de las instalaciones de Expo Guadalajara, la consolidación de la Ruta del Tequila, la habilitación de los malecones de Chapala, Ajijic y Jocotepec (en la Rivera del lago de Chapala) y de la zona arqueológica de Guachimontones (en las cercanías de la ZMG); además de los bienintencionados conciertos «Jalisco en Vivo» (celebrados en 2009 y 2011 en Guadalajara) y la Ruta del Peregrino, aunque ambos sus resultados no sean los prometidos. Es claro que estas y otras atracciones (que por cuestiones de

espacio aquí no se nombran) no han sido apropiadas, en calidad como en cantidad, como para transformar a la ZMG en el destino turístico que los tapatíos¹² queremos. Aunque las expectativas turísticas para esta zona son buenas, no son las mejores, pues las acciones y proyectos implementados no han sido suficientemente poderosos tanto para atraer mayores corrientes de visitantes y de nuevos segmentos de mercado, como para aumentar la estancia de los viajeros.

Es innegable que los estudiosos del turismo somos los primeros obligados a reconstruir la actividad del turismo, pero no con un discurso demagógico, sino con propuestas viables que mejoren la productividad y la innovación, a la vez que resuelvan el problema de crecimiento sostenido y de distribución del ingreso; así como también que promuevan la introducción de cambios estructurales o trascendentales paulatinos, pero efectivos, para la transformación o creación de instituciones a favor del desarrollo del país. Aunque esto tampoco ha estado presente en el ánimo de las autoridades de turismo de los tres órdenes de gobierno: federal, estatal y municipal.

El enorme reto para las naciones en vías de desarrollo (valga el eufemismo), como México, no es el crecimiento turístico sino hacerle frente a la pobreza y la desigualdad social que padecen millones de mexicanos,¹³ incluyendo las sociedades turísticas. En otras palabras, la manera en que se distribuye el ingreso es fundamental para lograr un auténtico desarrollo. Si nuestro país quiere combatir efectivamente esos lacerantes problemas sociales tiene por fuerza que crear riqueza, esto es, crear las condiciones para que sea una sociedad próspera económicamente y cree empleos suficientes y bien pagados. Una menor desigualdad contribuye a la construcción de comunidades más solidarias y activas, con democracias más sanas y vigorosas, pero también con niveles más altos en educación y salud. No se debe cerrar los ojos a las injusticias sociales que aquejan a los grupos de pobladores más requeridos de atención. Sin temor a equivocarme, todos estos problemas, incluso los políticos, no están en la mirada de los planificadores, consultores y gestores del desarrollo, por su fuerte inclinación hacia los asuntos turísticos.

En el medio del turismo existe una insensibilidad para atender la mala distribución de la riqueza y promover el bienestar colectivo. Rada vez, las dependencias públicas, por ejemplo Sectur y Fonatur, se fijan metas precisas con tiempos establecidos para obligarse a asumirlas. Cabe

¹² Se llama así, al nacido en la ciudad de Guadalajara.

¹³ El número de personas que carece de derechos esenciales como salud, educación y vivienda digna, o no tiene para comprar una canasta básica aumentó en México en los dos últimos años, reveló el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval). Mientras en 2008 había 48.8 millones de personas en situación de pobreza (44.5 por ciento de la población total), en 2010 sumaron 52 millones (46.2 por ciento); en tanto que sólo el 19.3 por ciento tiene lo necesario para vivir (Coneval, 2011).

preguntarse, ¿cómo contribuye el turismo a mejorar las condiciones de vida en los lugares donde se desenvuelve esta actividad vinculada (para algunos) con el ocio y el tiempo libre? De hecho, si no atendemos el mejoramiento en la calidad de vida de las poblaciones, estaremos engañando.

Vale interrogarse otra vez, ¿qué tan fructífera ha sido la planificación turística? y ¿qué tan eficaz ha sido para combatir la marginación social en los destinos vacacionales? Las contradicciones sociales, económicas, ambientales y turísticas son tan evidentes, que cualquier evaluación sobre su desempeño resulta negativa. La situación del empleo y la pobreza (no se diga seguridad), no presenta elementos ni datos para pensar en el éxito de los planes de desarrollo; estos son pura entelequia, que sufren la misma suerte de aquellos instrumentos que los precedieron, olvidados sin haber dado cumplimiento a sus objetivos. Entonces ¿por qué creer en lo que dicen los planes oficiales? ¿Por qué confiar en ellos, cuando es común la práctica no sólo de inventar razones para justificar los fines y metas no alcanzadas, sino también de fijar metas a largo plazo que lo más seguro, con el paso del tiempo, se olvidarán? Es obvio que las autoridades gubernamentales y los técnicos encargados de la elaboración de estos instrumentos, no se hacen responsables de las acciones realizadas o las omisiones de los mismos.

En verdad que hay motivos suficientes para tener un actitud pesimista con la llamada «industria sin chimeneas» de México. Basta señalar que la crisis turística que hoy en día vive el país, la más profunda, amplia y persistente de los últimos tiempos (que inició en 2008), viene a echar por tierra el pueril optimismo del *Acuerdo Nacional por el Turismo* y la declaración del 2011 como *Año Nacional del Turismo*, establecidos por el presidente de la República Mexicana para promover el turismo a lo largo y ancho de nuestro territorio. Cómo no tener un sentimiento de decepción con el *Programa Sectorial de Turismo 2007-2012* (Sectur, 2007), cuando se sabe que los principales objetivos y metas turísticas internacionales no se cumplieron en los casi cinco años que lleva la actual administración pública federal; cuando bien nos va, algunos de sus indicadores permanecieron constantes, sobre todo en lo referente a participación en el PIB nacional, diversificación de nuestros mercados, turismo masivo, turismo fronterizo, entre otros.

Conviene evaluar varios resultados del citado programa para probar lo que se afirma. En 2006, año de inicio del periodo gubernamental, el número de turistas internacionales recibidos en México fue de 21 millones 353 mil visitantes y el ingreso anual por concepto de divisas fue del orden de los 12 mil 176 millones de dólares; mientras que las metas fijadas para el 2012 fueron captar 28.9 millones de turistas y 17 mil millones de dólares (Sectur, 2007: 41-43). Los datos oficiales revelan que no se ha elevado la productividad y competitividad de los destinos vacacionales, ni se ha impulsado el consumo de la oferta turística nacional, tal como especifican

los objetivos 6 y 8 del *Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 (Ibidem)*. En efecto, para 2010 sólo se recibieron 22.6 millones de turistas internacionales (aproximadamente 42 por ciento son turismo fronterizo) y 11.9 mil millones de dólares por concepto de turismo (Sectur, 2011). Los esfuerzos por diversificar mercados internacionales han sido incipientes, ya que los Estados Unidos de América y Canadá siguen siendo los principales emisores de turismo extranjero (78 por ciento son turistas provenientes de Norteamérica). No obstante que el turismo en México es la cuarta rama de la economía de mayor fuente de divisas, después de las exportaciones petroleras, las remesas y la inversión extranjera, nuestro país en los últimos tres lustros ha descendido 16 lugares en la lista de naciones en lo referente a los ingresos por concepto de turismo. Mientras que en 1994 ocupaba la séptima posición (con aproximadamente 6 mil 400 millones de dólares); en 1999 se situaba en el undécimo sitio; una década más tarde (en 2009), se ubicaba en el décimo octavo lugar y un año después (en 2010) descendió hasta la posición 23 (Fonatur, s/f; CNET y Universidad Anáhuac México Norte, 2011). Vamos para atrás, como los cangrejos.

3. A MANERA DE CONCLUSIÓN

La planeación turística en México más que intentar reestructurar el modelo imperante, lo que busca, en los hechos, es la conservación del sistema. Por ello, existe la necesidad de encontrar fórmulas alternativas conciliadoras con la sustentabilidad; aunque resolver esto representa un gran desafío para los estudiosos en la materia, pues esto requiere que se incorporen: conocimientos, disciplina, talento, reflexión, oficio, imaginación, creatividad, ética y *timing* que, por supuesto, no están al alcance de cualquiera.

En la actualidad, todavía hay que bregar con quienes todavía no acaban de entender que el fin del turismo es que las poblaciones de residentes vivan mejor –en sus diversas expresiones sociales, económicas, culturales, políticas y ambientales-, y que el crecimiento del turismo, por más exitoso que sea, no ha sido el motor más idóneo para el logro del desarrollo sustentable. El confundir los fines con los medios o los principios con los instrumentos, es un error común de gobiernos y ciudadanos. El reto que tenemos por delante los mexicanos es diseñar una genuina estrategia de desarrollo donde el desenvolvimiento del turismo apoye la disminución de las desigualdades sociales y la pobreza de las comunidades receptoras, la distribución de la riqueza, la generación de empleos bien remunerados y, en resumen, el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales.

Los discursos o declaraciones académicos y políticos del turismo están plagados de buenos deseos, como la preservación del medio ambiente y las culturas locales, la participación de las comunidades tanto en los procesos de desarrollo como en la apropiación de beneficios del turismo, la fundamentación del desarrollo turístico en criterios de la sostenibilidad, entre otros más. No hay que confundir las estrategias con los buenos propósitos. Es evidente que si las poblaciones de residentes o los grupos empresariales muestran desconocimiento acerca de lo planeado para su territorio, repercutirá en su desinterés por involucrarse en los proyectos y acciones, así como en los cambios propuestos. Las instituciones alcanzan los desafíos del desarrollo en la medida en que todos los actores sociales sean partícipes del mismo.

Hay que terminar en forma definitiva con esa falsa idea de que los modelos analizados en el presente ensayo: los ciclos de vida de los destinos turísticos y el posturismo, son herramientas clave para el logro del desarrollo. Siendo honestos, estos instrumentos no son garantía para corregir la decadencia de los destinos turísticos en cualquier país del mundo, pues difícilmente despliegan las capacidades intelectual y racional entre sus especialistas, ya que el conocimiento utilizado en ellos es descriptivo y hasta irrelevante. Fuera de los anticuados o desfasados programas universitarios de estudio turísticos en México, resultan de poco interés debido a que son esquemas terriblemente simplificadores de la realidad; aunado a que los trabajos con estas orientaciones están llenos de trivialidades y de planteamientos ortodoxos que no superan los meros buenos deseos, ni aportan nuevos conocimientos o metodologías innovadoras, debido a que permanecen encerrados en esa torre de marfil que llamo «turismología». Una lección que debemos aprender es esa máxima que dicta, «Si sigues haciendo lo de siempre obtendrás los resultados de siempre; si quieres algo mejor tendrás que hacer otras cosas».

Los diagnósticos turísticos no siempre son muy rigurosos y confiables, ya que con frecuencia son apologistas al centrarse en justificar los patrones existentes y en hacer caso omiso a los aportes teóricos, empíricos y metodológicos de las disciplinas sociales. Por esta y otras razones, existe escasa habilidad para diseñar planes de desarrollo, especialmente en el mundo complejo y desafiante del turismo. Es obvio que ello requiere de un pensamiento estratégico, creativo e innovador en todos los sentidos, que coadyuve a definir políticas públicas distintas (sean de promoción, capacitación, fomento a la inversión privada, financiamiento, etcétera), que involucren a todos los actores sociales en los proyectos, pues no es posible lograr el desarrollo turístico cuando algún agente está ausente.

En el fondo, gran parte del círculo vicioso de pobreza, violencia y estancamiento económico en que vivimos los mexicanos, se debe a la pésima educación –en todos sus niveles- que no ha logrado formar personas activas, responsables y comprometidas con los graves problemas

nacionales. Se ha mencionado bastante que cualquier nación necesita de capital natural y de capital construido (infraestructura), pero sobre todo para poder prosperar requiere de capital humano; es decir, gente pensante y sumamente informada, que se interese e indigne por la situación socioeconómica, cultural, política y ambiental que enfrenta el país.

Pero ¿cómo lograr una articulación estrecha entre las políticas turísticas y económicas con las políticas sociales y ambientales? Es indiscutible que evitar el diseño de estrategias aisladas de los graves problemas sociales, permitirá afrontar a los destinos turísticos no sólo la intensa competencia nacional e internacional, sino también los graves rezagos sociales en que viven amplios sectores de las poblaciones locales.

BIBLIOGRAFÍA

BEAUCAGE, P. (2006), «El desarrollo sustentable: crítica del discurso y de las prácticas», en Ricardo Ávila, *Progreso y Desarrollo*, Publicaciones Estudios del Hombre, núm. 22, Universidad de Guadalajara, México, pp. 41-72.

BIFANI, P. (2007), *Medio Ambiente y Desarrollo*, Universidad de Guadalajara, 2ª ed., México.

BOUDON, R. (2006), «What is a Good Theory?», en *Tocqueville for Today*, chapter 7, The Bardwell Press, United Kingdom, pp. 107-124.

BUTLER, R. (1980), «The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources», en *Canadian Geographer*, Western Ontario University, vol. XXXIV, núm. 1, Canadá, pp. 5-12.

CONEVAL, Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (junio de 2011), *Pobreza en México y en las entidades federativas 2008-2010*. Consultado el 12 de septiembre de 2011 en: http://web.coneval.gob.mx/Informes/Interactivo/Medicion_pobreza_2010.pdf

CNET, Consejo Nacional Empresarial Turístico y Universidad Anáhuac México Norte (2011), *Panorama de la actividad turística en México. Información para la toma de decisiones de las empresas*, núm. 2 (marzo), México. Consultado el día 12 de octubre de 2011 en: <http://www.anahuac.edu.mx/turismo/>

CHIAS Marketing (2006), *Plan Estratégico de Turismo del estado de Sinaloa, Informe Ejecutivo*, México. Consultado el 12 de septiembre de 2011 en:

<http://laip.sinaloa.gob.mx/NR/rdonlyres/6FC90038-AD37-4606-B1ED-D2566A6FB9F9/0/INFORMEEJECUTI...>

FONATUR, Fondo Nacional de Fomento al Turismo (s/f), *Facilidades financieras y fiscales para la inversión privada en turismo en México través de FONATUR*, Seminario Técnico Sobre Inversiones en Turismo en las Américas, México. Consultado el 12 de septiembre de 2011 en: https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/storageapi/sites/all/files/pdf/jmgalarza_-_sesion_2.pdf

(2010), *Programa subregional de desarrollo turístico Andador del Peregrino, estado de Jalisco*, Tercer Taller de Planeación (noviembre), Talpa de Allende, México.

GOBIERNO DEL ESTADO DE NAYARIT (enero 1999), *Plan Estratégico de Turismo del estado de Nayarit. Diagnósticos específicos y estrategias de desarrollo turístico*, Tercer informe, Reporte Final, Tomo 3, México.

GÓMEZ NIEVES, S. (2005), «El nuevo sueño del turismo contemporáneo: el postmodernismo», en *Desarrollo turístico imaginado. Ensayos sobre un destino mexicano de litoral*, Universidad de Guadalajara, México, pp. 101-118.

(2006), «Turismo sustentable: la Industria del mito y la fantasía», en Ruth Miranda Guerrero y Lucía González Torrerros (coord.), *Perspectivas geográficas del turismo*, Universidad de Guadalajara, México, pp. 21-50.

(2010a), «Competencias profesionales para la gestión y el desarrollo sustentable del turismo», en Jesús Arroyo Alejandro e Isabel Corvera (coord.), *Regiones en desarrollo insostenible*, Universidad de Guadalajara, México, pp. 329-370.

(2010b), «La cientificidad en el discurso académico del turismo en México», en *Educación superior e investigación turística. Retos, problemas y desilusiones*, Ed. Septem Ediciones, España, pp. 161-194.

(2010c), «Usos y abusos en el discurso del turismo alternativo en México», en *Educación superior e investigación turística. Retos, problemas y desilusiones*, Ed. Septem Ediciones, España, pp. 223-242.

- (2011), «La triste realidad del turismo alternativo: el caso del ecoturismo de la zona huichol» (en prensa).
- LEAL CARRETERO, F. (2008), «La hipótesis de trabajo y el trabajo de la hipótesis», en Silvia Ayala Rubio (coord.), *Experiencias y reflexiones desde la investigación social*, Universidad de Guadalajara, México, pp. 49-101.
- MARTÍN AZAMI, D. (2007), «Análisis de la utilidad de la Teoría del Ciclo de Vida en la gestión de los destinos turísticos maduros». Ponencia presentada en el *Primer Encuentro Internacional Turismo y Desarrollo y Simposio Desarrollo Local y Turismo*, Universidad de la Laguna.
- MOLINA, S. y RODRÍGUEZ, S. (1999), *Planificación integral del turismo*, Ed. Trillas, 2ª reimpr., México.
- MOLINA, S. (2006), *El Posturismo. Turismo y posmodernidad*, Trillas, México.
- SECTUR, Secretaría de Turismo (s/f), *Compendio Estadístico del Turismo en México 2011. Actividad Hotelera en Centros Turísticos Seleccionados*, cuadro 5.1. Consultado el día 12 de septiembre de 2011 en: <http://cestur.sectur.gob.mx/>
- (2007), *Programa sectorial de turismo, 2007-2012*, México. Consultado el 15 de septiembre de 2011 en: <http://www.sectur.gob.mx/PDF/PST2007-2012.pdf>
- (2011), *El turismo en México*. Consultado el día 12 de octubre de 2011 en: http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/1227/1/images/CONCANACO_2011.pdf
- SERRANO, I. (2011), «Niñez robada en el paraíso», *M Semanal*, Grupo Editorial Milenio (29 de abril), México. Consultado el día 3 de mayo de 2011 en: <http://www.milenio.com/node/706495>
- VALLS, J. F. (2004), *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*, Ed. Gestión 2000, España.

LA CAPACIDAD DE CARGA SOCIAL EN EL CONTEXTO DE LA RENOVACIÓN-REESTRUCTURACIÓN DE LA COSTA DEL SOL ORIENTAL (ESPAÑA)

Autora:
Fabiana dos Santos Firmino¹

RESUMEN

El presente artículo tiene por objetivo estudiar modelos para la estimación de la capacidad de carga social, y proponer su adecuación para la aplicación en escenas de altas densidades, como es el caso de los destinos turísticos litorales, a través del establecimiento de nuevos parámetros para la estimación de la capacidad de carga social residente en la Costa del Sol Oriental o Costa del Sol Axarquía (Málaga, España). El alcance del propósito de esta investigación ha sido posible debido a la realización de un estudio exploratorio, crítico y cualitativo, que permitió una mejor comprensión de ciertas cuestiones dialécticas y conflictivas resultantes del asentamiento de la función turística sobre los espacios litorales. El desarrollo turístico en la Costa del Sol Oriental está basado en un modelo inmobiliario, altamente consumidor del espacio, cuyas repercusiones afectan a las esferas socioeconómicas, culturales y medioambientales del territorio y su población. Por lo tanto, situamos el presente estudio en el ámbito de la planificación y gestión del desarrollo turístico en destinos costeros maduros, especialmente, porque en el destino estudiado, ampliamente afectado por la masificación, ya se exigen esfuerzos para una renovación-reestructuración. Si esto no se toma en consideración como es debido, puede que dicho destino esté sentenciado al declive, tal y como muchos otros destinos, a ejemplo de la Costa del Sol Occidental, un destino turístico consolidado desde hace décadas y que pasó por todas las etapas del ciclo de vida de los destinos costeros de Butler. Sugerimos el estudio de la capacidad de carga social residente en la Costa del Sol Oriental, como una herramienta que puede contribuir a la reestructuración de la función turística en estos territorios y, consecuentemente, a su rejuvenecimiento. Por lo tanto, creemos que se debe partir de la comprensión acerca de las complejas interacciones plasmadas en el territorio estudiado, para que se puedan establecer los parámetros más adecuados a su estimación y, por consiguiente, obtener indicadores de advertencia y orientativos en la búsqueda de soluciones que posibiliten una reestructuración-renovación de estos destinos.

¹ Doctoranda en el Programa de Doctorado en Gestión y Desarrollo Turístico Sostenible de la Universidad de Málaga, Departamento de Economía Aplicada (Política Económica); Máster en Gestión y Políticas Ambientales y Licenciatura en Turismo, ambos por la Universidade Federal de Pernambuco, en Brasil.

Palabras clave: Litoral; Gestión y desarrollo turístico; Capacidad de carga social de los residentes; Renovación-Reestructuración de destinos costeros maduros; Costa del Sol Oriental (Málaga, España)

I. NOTA INTRODUCTORIA

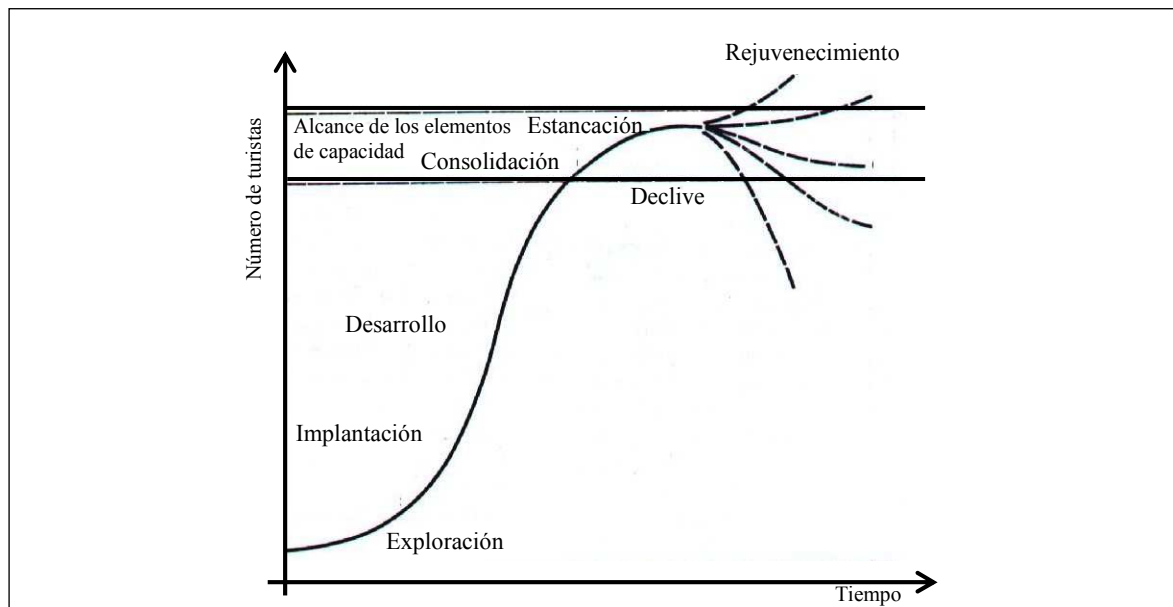
La presente investigación se ubica en el ámbito de un esquema metodológico más amplio del proyecto de investigación I+D+i “Indicadores para la Gestión Sostenible del Desarrollo Turístico: Evaluación de la Capacidad de Carga en el Mediterráneo Meridional”². El referido proyecto encuentra justificación en la sobreesaturación de los destinos turísticos, factor que pone en peligro la calidad del producto, del territorio y su propio desarrollo, además de requerir fuertes inversiones públicas para mitigar los impactos negativos. Esa es la realidad en la que se insiere el Mediterráneo Español, de modo que se vuelve inaplazable que se emprendan acciones urgentes volcadas al control del desarrollo turístico en ese territorio, a fin de que dicho desarrollo se adecue a la capacidad de carga del espacio con vistas a la mejoría de la calidad del territorio turístico.

El proyecto de investigación mencionado tiene por objetivo la elaboración de una herramienta de gestión que permita establecer la capacidad de carga de los espacios turísticos, en particular del mediterráneo español, de manera que contribuya a la ordenación y la planificación sostenible del territorio mencionado. Otro propósito de dicho proyecto es crear un método de evaluación que facilite la toma de decisiones por los gestores (técnicos y políticos) del territorio y del turismo y que les permita planificar los espacios turísticos litorales bajo umbrales del desarrollo sostenible del turismo. Todo ello se insiere en el contexto de las discusiones sobre la necesidad/posibilidad de una reestructuración y consecuente renovación de dicho territorio, puesto que se trata de un territorio turístico “consolidado” (ver Figura 01), teniéndose en cuenta el Ciclo de Vida de los Destinos Costeros (Butler, 1980), donde actividades tradicionales si bien no fueron obsoletas, actualmente, conviven de forma conflictiva con la función turística, que asume el gran protagonismo como principal sector económico local; consecuentemente, ya se identifican tensiones entre la población y los turistas, pérdida de atracción y de competitividad; se denota una acentuada estacionalidad; además, es el modelo inmobiliario el que marca la

² El proyecto de investigación I+D+i “Indicadores para la Gestión Sostenible del Desarrollo Turístico: Evaluación de la Capacidad de Carga en el Mediterráneo Meridional” (Ref: SEJ-2005-04660) fue financiado por el programa del Ministerio de Educación y Ciencia en el marco de Programas Nacionales del Plan Nacional de Investigación Científica, desarrollo e Innovación Tecnológica del 2004-2007 y llevado a cabo por investigadores de las universidades de Málaga, Almería, Alicante, Pablo Olavide (Sevilla) y Nova Lisboa (Portugal).

pauta de la dinámica engendrada por el turismo en dicho territorio, teniendo como consecuencia profundas transformaciones en sus paisajes y sociedad, incurriendo en diversos problemas sociales, económicos, ecológicos y culturales.

Figura 01: Curva del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos (Butler, 1980)



Fuente: Butler (1980).

El modelo del “Ciclo de Vida de las Destinos Turísticos Costeros” de Butler, apunta en la dirección de la necesidad de un cambio de actitud de los gestores turísticos frente a la eminente posibilidad de declinación en los destinos turísticos litorales maduros y consolidados, una vez que “los atractivos turísticos no son eternos ni ilimitados, sino que deberían ser tratados como recursos no renovables” (Butler, 1980:11). En ese sentido, es un razonamiento lógico puesto que difícilmente podría haber una reconversión a lo que era, habiendo siempre pérdidas, exigiendo una sinergia de esfuerzos hacia la posibilidad de una reestructuración-renovación del destino. Butler (1980), menciona aún el hecho de que el desarrollo turístico debería darse predeterminándose los límites de capacidad.

La estimación de la capacidad de carga requiere atención a un amplio conjunto de variables, y no constituye tarea simple, debiéndose tener en cuenta que existen diferentes tipos de capacidad de carga y que aquí la consideramos como una herramienta de gestión, cuya aplicación va más allá de establecer un número aislado, o límite fijo, pues pasa antes de nada por la comprensión de la complejidad territorial en sus interrelaciones, por el conocimiento de los cambios socioeconómicos, ecológicos y culturales y de sus efectos sobre el territorio. El estudio de la capacidad debe estar intrínsecamente relacionado con el conocimiento/comprensión de las

características del territorio y de su capacidad de absorción de impactos (Plan Qualifica, 2007). Las capacidades de carga pueden ser: física-ecológica; básica (o de las infraestructuras elementales); percibida por los residentes; percibida por los turistas; y económica; considerándose los criterios de restricción, así como las perspectivas del desarrollo turístico ante la hipótesis de partida de crecimiento, es decir a partir de la posibilidad de un futuro incremento en el número de turistas y de infraestructuras, y sus consecuentes cambios sobre el territorio estudiado.

Dicho esto, a pesar del tema haber sido tratado en el contexto de una investigación más amplia, en el presente artículo nos hemos centrado más específicamente en la capacidad de carga social percibida por los residentes. Definimos la Costa del Sol Oriental o Axarquía (Málaga, España) como recorte espacial de este estudio. Nuestro objetivo central, consiste en estudiar modelos referentes anteriormente planteados para la estimación de la capacidad de carga social (o “perceptual”) y proponer su aplicación en espacios abiertos de altas densidades, como es el caso de los espacios litorales, todo ello a partir del establecimiento de nuevos parámetros y consecuente adecuación de dichos modelos a la realidad del territorio estudiado. La investigación se centra en la capacidad de carga como un instrumento de gestión que puede posibilitar el conocimiento sobre las perspectivas del desarrollo turístico en destinos costeros.

El modelo de desarrollo turístico plasmado en la Costa del Sol Oriental (o Axarquía), sigue una tendencia perversa de urbanización que quizás camine hacia la superación de la capacidad de carga en este territorio, llevándolo a un proceso de deterioro por el uso exacerbado y desordenado del suelo a través del incremento en el número de turistas y en el asentamiento de infraestructuras turísticas, hoteles y viviendas. Parte del problema se debe también a la carencia de planificación y gestión turística adecuadas del desarrollo turístico, hecho asociado a la superposición de los beneficios económicos a los efectos negativos sobre el territorio y la sociedad en las esferas social, económica, ecológica y cultural. Así pues, en los estudios acerca del área se cuestiona, se describe y se advierte sobre todo en cuanto a los efectos negativos del modelo de desarrollo turístico implementado en la Costa del Sol Oriental, apuntando a la tendencia al declive a que están sometidos destinos turísticos antes exitosos turísticamente por la inadecuación del modelo elegido para la zona. En ese sentido, subrayamos el ejemplo de la Costa del Sol Occidental, destino turístico consolidado desde hace décadas y que experimentó todas las fases del ciclo de vida de destinos costeros de Butler (1980), siendo hoy objeto de un Plan de Recualificación Turística de la Costa del Sol (Plan, Qualifica, 2007). El ciclo de vida de la Costa del Sol Occidental ha sido objeto de varias miradas, figurando como ámbito espacial de muchos más trabajos de investigación como el Plan Qualifica (2007); el POT de la Costa del Sol Occidental (2006); el trabajo de Navarro (2003) que se pregunta sobre ¿cuáles son los

límites? en un estudio de capacidad de carga sobre el área que abarca un significativo número de variables; bien como García (1984), quien también describe y analiza la dinámica en dicho territorio; y aún Galacho (1996a), Galacho, (1996b), y Gabilondo (1996), quienes estudiaron, en la Costa del Sol Malagueña, temas pertinentes a la evolución y a las perspectivas del turismo y sobre el proceso de urbanización y de ordenación del territorio.

Cuando nos referimos a la Costa del Sol Malagueña, hablamos de Costa del Sol Occidental y a la Costa del Sol Oriental, siendo esta última la entidad territorial que estudiaremos. Sin embargo, sabemos que, en ambos territorios, fueron implantados modelos de desarrollo masivo del turismo de sol y mar, basado en el uso intensivo del suelo y una urbanización extensiva, aunque se deben apreciar los distintos modelos forjados en uno y otro territorio. La masificación en esos territorios afecta tanto a la calidad de la experiencia de los turistas en la zona, como también la calidad de vida de los residentes en diversos aspectos sociales, económicos, ecológicos, culturales y psicológicos. Por lo tanto, se entiende que ambos espacios turísticos mencionados carecen de investigaciones que ayuden no sólo a comprender la dinámica del turismo en ellos, sino también a establecer límites al desarrollo turístico a través de instrumentos de control que auxilien en la reestructuración-renovación de dichos territorios.

Tras lo expuesto, consideramos que la realización de un estudio de capacidad de carga en la Costa del Sol Oriental, dadas sus características predictivas y de advertencia, podría resultar relevante al establecimiento de una forma más sostenible de desarrollo del turismo en la zona, a través del establecimiento previo de parámetros y umbrales de desarrollo que apunten posibilidades y límites en el contexto de un proceso de renovación-reestructuración de dicho territorio. Los factores aquí presentados son algunos de los que incitaron la investigación en cuanto a la elección de la entidad territorial. A pesar de que la Costa del Sol Oriental “está experimentando un auge reciente como zona de atractivo turístico” (Plan Qualifica, 2007:7), es importante señalar que, en muchos ejemplos, no tarda en que destinos turísticos relativamente nuevos presenten los efectos de un declive y ya exijan esfuerzos de reestructuración-renovación. Según Crocia (2000), esta interpretación figura dentro los numerosos aspectos que resaltan la utilidad del modelo de Butler para la práctica de la Geografía del Turismo.

Consideramos que el estudio de capacidad de carga en la Costa del Sol Oriental quizás pueda contribuir al desarrollo sostenible del turismo en destinos costeros, como un instrumento útil que puede auxiliar a los gestores del territorio en la toma de decisiones sobre los rumbos de la actividad turística hacia una reestructuración-renovación en su ciclo de vida, aunque tenemos en cuenta que la discusión sobre la reestructuración constituye un tema de gran complejidad que consiste en un “conjunto de proposiciones teóricas sobre la situación económica y los cambios

que tienen lugar en la sociedad y que implican cambios profundos en la geografía de la producción y del consumo” (Agarwal, 2002:28). La reestructuración conlleva dos elementos interpretativos, apareciendo en primer lugar como parte de los cambios producidos en el territorio, en las economías capitalistas y en la sociedad (Coriat, 1979; Boyet, 1986, citados por Agarwal, 2002); de otra parte, puede ser interpretada como “el cambio hacia un orden y configuración muy diferente de la vida social, económica y política” (Soja, 1989:159, citado por Agarwal, 2002). De ese modo, el concepto de capacidad de carga social, asociado a la idea de reestructuración, puede resultar muy útil para explicar los cambios sociales ocurridos en la Costa del Sol Oriental a lo largo de los años.

II. BREVE CARACTERIZACIÓN DE LA COSTA DEL SOL ORIENTAL

En ese apartado realizamos una breve descripción del territorio objeto de la presente investigación, así como del modelo de desarrollo turístico vigente y sus repercusiones sobre el conjunto territorial aquí estudiado y sus poblaciones. También engendramos algunas consideraciones sobre el modo de empleo del territorio con respecto a aspectos como la estacionalidad; las actividades realizadas que producen impactos en el territorio; y la existencia de cambios de estas actividades a lo largo del tiempo. Según Shelby y Heberlein (1986), la descripción de dichos factores ofrece relevante aportación para la determinación de la capacidad de carga en un territorio turístico.

2.1 La entidad territorial

Se estableció como entidad territorial de este estudio la Costa del Sol Oriental o Axarquía, en el Mediterráneo Meridional Español, delimitándose como ámbito espacial los municipios de Rincón de la Victoria, Vélez-Málaga, Algarrobo, Torrox, y Nerja. Estos municipios pertenecen a la comarca La Axarquía, ubicada en el extremo oriental de la provincia de Málaga, la cual limita al este con la provincia de Granada, en el sur de España (ver Figura 02). A través de la Nacional 340, arteria principal de la Costa del Sol Oriental, se recorre la costa desde Málaga capital hasta el límite con Granada. Desde esta vía, parte una red de carreteras comarcales y locales que conectan los pueblos del interior y de la costa de la Axarquía. En la Costa del Sol Oriental, se unen tradición y turismo, configurando un paisaje marcado por acantilados y calas, y torre vigías, playas y huertas.

En cuanto a la economía, la Costa del Sol Oriental cuenta con una diversidad económica caracterizada por la producción y comercialización de productos agroalimentarios (vitivinícolas, aceite de oliva, miel y queso fresco); las artesanías, sobre todo cerámica y mueble tradicional; la producción de plantas; la industria cárnica, metalúrgicas y sistemas de aprovechamiento de aguas; el turismo rural, de sol y playa, ocio y tiempo libre.

Figura 02: Mapa de la Costa del Sol Oriental (Andalucía, Sur de España)



Fuente: “Indicadores para la Gestión Sostenible del Desarrollo Turístico: Evaluación de la Capacidad de Carga en el Mediterráneo Meridional” (2004-2007). Proyecto I+D+i (Ref: SEJ-2005-04660).

Los datos aquí expuestos, en una perspectiva más amplia, constituyen un conjunto de informaciones que pueden contribuir a la comprensión de la dinámica territorial existente en la Costa del Sol Oriental o Axarquía, sin perder de vista qué papel juega el turismo en el desarrollo de los destinos litorales turísticos maduros. Además, configuran una información significativa para llevar a cabo el establecimiento de nuevos parámetros y consecuente adecuación de los modelos de estimación de la capacidad de carga social en destinos costeros. Para auxiliar dicha comprensión, apuntamos algunos aspectos sobre el modelo de desarrollo turístico reflejado en el territorio estudiado.

2.2. Consideraciones sobre el modelo de desarrollo turístico en la Costa del Sol Oriental

El tipo de turismo desarrollado en la Costa del Sol Oriental es substancialmente el turismo de sol y playa, con una característica estacional muy acentuada. Se ha instaurado en ese territorio un modelo de desarrollo turístico plasmado en la especialización y venta del suelo para prestar servicios turísticos a una población flotante. Dicho modelo está en el centro de muchos conflictos, además de producir una serie de impactos sobre el territorio y sus poblaciones locales (Vera *et al.*, 1997). A lo largo de los años, presentó un crecimiento considerable en su capacidad de alojamientos turístico total (reglada y no reglada), con mayor inclinación hacia los alojamientos no reglados. Sin embargo, dicha capacidad tiene un carácter desigual teniendo en cuenta que la oferta de alojamientos no reglados es muy superior a la de alojamientos reglados. La infraestructura hotelera es escasa y muy localizada, evidenciando una estrategia de desarrollo turístico esencialmente residencial.

Dada la característica estacional del turismo de sol y playa, el modelo de desarrollo turístico inmobiliario implantado en la Costa del Sol Oriental además de no reflejar beneficios significativos al territorio y sus comunidades locales, representa un modelo consumidor y agotador de los recursos territoriales (Almeida, 2002). En ese sentido, Requejo (2001:2) se refiere a la “insaciable voracidad de las urbanizaciones de segunda residencia”, destacando la disposición de los agentes promotores a urbanizar cada metro del suelo en el litoral. Según Fernández (2003), ese modelo de desarrollo pautado en hipotecar gran cantidad de territorio a medio plazo, genera muy pocos puestos de trabajo. Requejo (2001) añade que dicho modelo genera menos beneficios que el basado en el turismo de hoteles. Además, es un modelo marcado por una oferta de empleo temporal y precario fuera de los períodos de pico. Aunque se denote, en diversas ocasiones, un incremento de empleos en el sector de la construcción, es importante tener en cuenta que no se trata de una oferta continuada, sino estacional, con significativa reducción de puestos de trabajo al término de las obras (Fernández, 2003). Así que no se verifica una efectiva contribución a la creación de puestos de trabajo de calidad y que además tengan continuidad.

Ante el modelo de desarrollo turístico inmobiliario instaurado en la Costa del Sol Oriental (Málaga, España) y las serias implicaciones de orden sociocultural, económica y medioambiental que viene produciendo sobre el territorio, las comunidades locales y la experiencia de los visitantes, se ha verificado la necesidad de estudiar la capacidad de carga social percibida por los residentes en el referido territorio, a fin de determinar elementos de advertencia que faciliten a los gestores la toma de decisiones con respecto a los límites del desarrollo turístico en la zona estudiada. En el siguiente apartado, se exponen algunos aspectos

metodológicos para la estimación de la capacidad de carga social percibida por los residentes en la Costa del Sol Oriental, así como algunos resultados y consideraciones a las que se llegaron a través de la investigación.

III. GESTIÓN Y DESARROLLO SOSTENIBLE DE DESTINOS COSTEROS: UNA MIRADA SOBRE LA CAPACIDAD DE CARGA SOCIAL

El turismo se destaca como una actividad productiva de participación considerable en el escenario económico mundial, presentándose como la principal fuente de recursos financieros de muchos países. Su contribución a la generación de empleo, renta y divisas en las localidades donde se desarrolla justifica el hecho de que sea una de las actividades de mayor crecimiento en el mundo y cuya capacidad de influencia se extiende de forma directa e indirecta por otras actividades económicas. En los espacios litorales, el turismo se ha desarrollado de forma rápida y sin la debida planificación para atender la enorme afluencia de turistas por ese territorio. A lo largo de los años, se hizo muy común que las administraciones públicas conmemorasen la creciente demanda de turistas nacionales y extranjeros por los destinos litorales, como principal indicador del cumplimiento de ciertas metas cuantitativas que juzgaban comprobar el buen desempeño económico de la actividad, dificultando así el equilibrio entre las ganancias estimuladas por el turismo y su desarrollo sostenible en el destino. No obstante, esa consideración únicamente económica en la gestión del turismo litoral, en detrimento de otros aspectos sociales, medioambientales y culturales, dio pruebas de que de los flujos turísticos masificados podrían generar consecuencias dañosas para el territorio, sus recursos, y comunidades que habitan en él. En ese sentido, Coccossis (2001) afirma:

[...] las áreas costeras son normalmente asociadas con el turismo de masas, construcción e infraestructura de gran escala, desarrollo intensivo de la tierra y urbanización extensiva, modelo predominante en la mayoría de los destinos mediterráneos. Los problemas de capacidad se mueven alrededor de consideraciones sobre la densidad turística, el uso de playas y la infraestructura turística, congestión de medios, polución del mar, etc.

Según Saveriades (2000), el litoral mediterráneo ejemplifica bien esa realidad, puesto que el desarrollo rápido y no planificado en ese territorio conllevó un significativo deterioro físico y social del destino, a través de la destrucción de la calidad de los recursos naturales y culturales y, consecuentemente, una disminución de la demanda turística. En ese sentido, Boullón (1999) afirma que sin una gestión adecuada del desarrollo turístico, los daños causados por la actividad pueden comprometer el equilibrio ecológico y sociocultural a tal punto de llevar al desaparecimiento de la principal motivación de los flujos de turistas. En ese contexto, la

capacidad de carga (o de acogida o de soporte) se destaca como un instrumento práctico indispensable para la gestión del desarrollo sostenible del turismo en el litoral, puesto que permite establecer ciertos límites al desarrollo turístico, contribuyendo a la reducción de las tensiones resultantes de las interrelaciones dialécticas y conflictivas entre la propia actividad turística, los turistas, el territorio y las comunidades locales (Navarro, 2003). En la Costa del Sol, el establecimiento de estos límites se vuelve imprescindible, dado que el modelo inmobiliario, profundamente consumidor del territorio y marca del desarrollo turístico en los municipios que integran ese espacio litoral, además de no promover significativos beneficios a sus poblaciones, genera serias implicaciones en sus esferas socioeconómicas, ecológicas y culturales.

3.1. Capacidad de carga: consideraciones preliminares

La capacidad de carga es un concepto que puede dar a conocer las posibilidades de cada lugar para soportar una determinada afluencia de visitantes. A finales de los años de 1960, los países desarrollados empiezan a concienciarse del fenómeno de la saturación física en la experiencia turística, lo que generó una mayor preocupación con relación a los efectos ambientales del turismo. En ese momento, se constata que dichos efectos no se referían meramente a efectos ecológicos, sino también sociales, económicos, técnicos y psicológicos (Boullón y Otero, 1995). Según Pires (2000), la calidad de la experiencia turística es un aspecto que gana cada vez más atención entre estudiosos y planificadores del desarrollo turístico, a quienes interesa saber cómo los usuarios en los destinos reaccionan, en términos de satisfacción o de frustración, al fenómeno de aglomeración, un hecho frecuente en el turismo de masas que afecta sobre todo a las áreas litorales.

Aunque los estudios de capacidad de carga turística mayormente se aplican a espacios naturales protegidos, como parques naturales y otros tipos de figuras de protección, es importante resaltar que, con las debidas adaptaciones en la teoría y la praxis, sus aplicaciones también pueden plasmarse en espacios abiertos, como es el caso del litoral, con resultados significativos en el ámbito de la gestión. Las regiones litorales son ambientes frágiles dotados de belleza considerable e indiscutible potencial turístico. En los últimos años, el turismo ha provocado una dinámica de expansión ajena a la capacidad de carga de los lugares y de sus poblaciones en el litoral. Los territorios costeros más próximos de las aglomeraciones urbanas se presentan fuertemente degradados por la actividad turística, mientras que las áreas costeras más alejadas cuentan con una mayor conservación y protección en virtud de la “tiranía de la proximidad” o relación efectos-distancia (Ranucci, 1990, citado por Salvà, 1998:9; Barros, 2000; Barros,

2009). Según Fernández (2003), el aumento gradual de usuarios y de infraestructura turística instalada en áreas costeras puede llevarlas a un nivel de masificación, ocasionado por la saturación poblacional y consiguiente degradación ambiental, volviéndose urgente la necesidad de controlar y monitorizar el uso de esos espacios por el turismo y por actividades recreativas, evitándose así su desgaste y deterioro. La creciente demanda de destinos turísticos costeros, sumada a la escasez de planificación, ha ocasionado cambios significativos en el espacio y en el modelo de desarrollo del turismo costero, implicando impactos negativos sobre el territorio y sus poblaciones (Wong, 1998; Seabra, 2000).

Los usos del litoral por el turismo deben estar precedidos de una planificación, con vistas al establecimiento de límites tolerables para los impactos ambientales asociados de la actividad turística en esos ambientes (Balderramas, 2001). Los estudios de capacidad de carga en el litoral pueden servir como una base de orientación a los gestores del territorio en cuanto al aprovechamiento turístico-recreativo sostenible de esa área. Se destaca, por tanto, la necesidad de evaluar los impactos ambientales; gestionar el creciente número de turistas; evaluar el desarrollo del destino en pequeña escala; considerar la conservación, definir y revisar padrones de planificación que apunten para el desarrollo sostenible del turismo (Wong, 1998). Aún de acuerdo con Wong (1998), la administración del continuo aumento de turistas en los destinos costeros pasa por el conocimiento del ambiente costero, de los usos y de la capacidad de carga turística en estas áreas, como intento de evitar o minimizar la degradación ambiental, la reducción de los recursos naturales y el decaimiento en la satisfacción del visitante. La capacidad de carga turística en los espacios litorales puede ser un instrumento útil en la gestión responsable del turismo, puesto que posibilita el desarrollo sostenible de los destinos y comunidades involucradas en el proceso de desarrollo, permitiendo apuntar alternativas que propicien el uso más ordenado y razonable del territorio y sus recursos; establecer límites tolerables para el desarrollo turístico; minimizar los impactos negativos asociados a la práctica turística; y potenciar las oportunidades y beneficios para las comunidades locales.

Conforme mencionamos al principio de este capítulo, existe una gama de tipos y modelos aplicables de capacidad de carga. La tipología de capacidad de carga puede variar conforme diversos aspectos en un territorio y según los diferentes usos e impactos engendrados por el turismo. Entre los tipos de capacidad de carga existente se encuentran los siguientes: ecológica; básica, de los medios o de las infraestructuras; física; económica; y social. Sin embargo, y aunque se haya estudiado cada una de las capacidades de carga mencionadas a la luz de investigaciones realizadas en el ámbito del turismo y de la recreación, el presente artículo se ha detenido especialmente en la capacidad de carga social, la cual se estudiará en el siguiente apartado.

3.2. Capacidad de Carga Social (o “Perceptual”)

La capacidad de carga social (o “perceptual”) constituye el análisis de las repercusiones de la actividad turística tanto en turistas como en residentes, considerándose que el análisis de estos dos grupos sociales conlleva diferentes objetivos, así que la capacidad de carga social puede ser estudiada a partir de dos enfoques: la capacidad de carga social percibida por los residentes y la capacidad de carga social percibida por los turistas (Navarro, 2003:153). Conforme Shelby y Heberlein (1986), esa tipología está directamente vinculada a la relación existente entre el nivel de uso y los impactos del turismo en un territorio dado y sobre los que participan del desarrollo turístico. Navarro (2003) afirma que, dada la subjetividad del concepto, se vuelve difícil cuantificarla puesto que envuelve percepciones y realidades de una población heterogénea y, además, se relaciona al conocimiento de los residentes sobre el turismo y sus impactos en un territorio dado, al tipo de turista y a su comportamiento, y al tipo de desarrollo instaurado en la zona. Los aspectos mencionados figuran como el centro de los problemas a la hora de realizar una investigación científica sobre la capacidad de carga social.

a) Capacidad de carga social percibida por los residentes

La capacidad de carga social percibida por los residentes es el límite de saturación que los residentes pueden soportar sin que se les genere graves tensiones y sin dificultar las funciones desempeñadas en el territorio, tanto respecto a las actividades de uso del suelo como también a las actividades preexistentes en el territorio (Navarro, 2003). Navarro (2003) menciona aún la intrínseca relación entre ese tipo de capacidad y la capacidad de carga básica (de los medios o infraestructuras), una vez que la saturación o la carencia de bienes y servicios afectan directamente a la vida diaria de los residentes, de modo que se les figura como lo más perceptible.

b) Capacidad de carga social percibida por los turistas

La capacidad de carga social percibida por los turistas es el límite de saturación a partir del cual los turistas buscan destinos alternativos (Navarro, 2003). En ese sentido, Sowman (1987) afirma que se refiere al nivel máximo de uso recreativo en términos de intensidad de uso y de las actividades asentadas sobre el territorio, sin que se experimente una disminución en la calidad de la experiencia recreativa en la percepción de los que participan de esta experiencia. Para Cerro (1993) esa tipología se basa en la idea de que el grado de saturación de un recurso está vinculado a la experiencia recreativa, así que el nivel de satisfacción del usuario disminuye cuanto más intenso es el uso de un destino. No obstante, el grado de saturación percibido como nocivo varía en razón de las características de los usuarios. En ese sentido, conforme a la ‘teoría

de adaptación' desarrollada por Wohlwill (citado por Cerro, 1993), las personas tienden a preferir ambientes de ocio que sean algo diferentes y contrasten con a su rutina diaria; esa teoría se apoya en el principio del estímulo y cuando se aplica al fenómeno de la concentración y a la manera cómo los usuarios perciben los destinos turísticos o recreativos, funciona como indicador del grado de concentración tras el cual un porcentaje dado de usuarios pasa a percibir el destino como saturado, es decir la parcela de usuarios que han rebasado su umbral de capacidad de carga.

3.3. Modelos de análisis para la determinación de la capacidad de carga social

Tras la descripción de los tipos de capacidad de carga, nos centraremos en el debate sobre algunos modelos para la determinación de la capacidad de carga social, con especial énfasis en el enfoque de los residentes mencionado en el apartado anterior. Vale recordar que la capacidad de carga social está íntimamente relacionada a las variables nivel de uso e impactos del turismo en el territorio (Shelby y Heberlein, 1986) y que su subjetividad conlleva cierta dificultad en el campo de la investigación científica para determinarla (Navarro, 2003). En ese sentido, van nuestros esfuerzos de estudiar modelos que nos sirvan de parámetro para el análisis y establecimiento de la capacidad de carga social de los residentes en los espacios litorales. Aunque dichos modelos mayormente trabajen la capacidad de carga social desde la perspectiva de los turistas y en espacios con bajas densidades, haremos las consideraciones necesarias para su aplicación desde el prisma de los residentes en espacios abiertos con altas densidades como es el caso del territorio litoral.

3.3.1 Modelo de estándares evaluativos: la propuesta de Shelby y Heberlein (1986)

De acuerdo con Shelby y Heberlein (1986), para conocer la carga es muy importante describir el territorio, el modelo de desarrollo turístico instaurado, el nivel de uso y los impactos que sobre él inciden. También es importante considerar el modo de empleo del territorio, observándose factores como: la estacionalidad; las actividades realizadas que produzcan impactos en el territorio; y la existencia de cambios de estas actividades a lo largo del tiempo. Como veremos a continuación, el 'Modelo de Estándares Evaluativos' propuesto por esos autores tiene en cuenta dos variables imprescindibles en la determinación de la capacidad de carga – el nivel de uso y los impactos sobre el territorio y los que interactúan en él – así como explica la forma más adecuada para conocer dichas variables.

- a) El nivel de uso: el nivel de uso es un parámetro que los gestores pueden manipular, consistiendo en el uso del suelo a través de la construcción o asignación de nuevas plazas. Shelby y Heberlein (1986) afirman sobre la necesidad de verificar el “nivel de contacto” entre los participantes de la experiencia turística, por considerarlo un importante parámetro de gestión para la determinación de la capacidad de carga. Sin embargo, Tarrant y English (1996) mencionan que la verificación del “nivel de contacto” (cuantificación del encuentro, cuantas veces se ven en el territorio) sólo puede existir bajo las condiciones circunstanciales determinadas en las escenas de baja densidad, de modo que puede ser menos útil en escenas de densidad alta como las que se verifican en sitios abiertos, especialmente cuando se trata de un destino turístico litoral maduro.
- b) Los impactos sobre el territorio y los que interactúan en él: la definición de los impactos es el primer paso para la evaluación de la capacidad de carga. En el caso de la capacidad de carga social la identificación de los impactos se hace por medio de juicios de valor, considerándose importante analizar las variables que influyen: grupo social (residentes y/o turistas), especialmente en lo que se refiere a cómo perciben la calidad del destino turístico; y el territorio. Los impactos dependen del nivel de uso, del ámbito del estudio, del tipo de actividades y de la demanda. Los impactos pueden observarse a través de las infraestructuras (carreteras, distribución en el espacio, plazas disponibles, congestión de actividades) y según sean los impactos descritos se podrá utilizar una capacidad de carga u otra. De acuerdo con Shelby y Heberlein (1986), se verifica la existencia de un impacto cuando existe daño, es decir cuando se constata un cambio enjuiciado (por juicio de valor) como indeseable. En ese sentido, la capacidad de carga consiste en decidir cuándo hay un impacto (daño) en un territorio y cómo lo evaluamos (concepto de aceptabilidad del daño), lo que solamente se puede hacer a través de juicios de valor. Vale destacar que la aceptación de los límites aceptables de cambio es la llave para la determinación de la capacidad de carga.
- c) Juicios de valor y normas de evaluación social: el conocimiento del nivel de uso y los impactos sobre el territorio y sobre los que interactúan en el desarrollo turístico se hace posible a través de normas de evaluación social, es decir por juicios de valor (Watson y Kopochevsky, 1996; Shelby y Heberlein, 1986). Conforme Watson y Kopochevsky (1996), los juicios de valor deben ser aceptados como normas de evaluación creadas por el individuo en su reinterpretación de la sociedad en un dado recorte territorial y temporal. Dichos juicios de valor indican los niveles aceptables de cambio o niveles aceptables de impacto mínimo, máximo u óptimo. Considerándose que las ciencias sociales se basan en presunciones sobre normas que el propio individuo crea por su reinterpretación de la sociedad en un dado recorte temporal, se vuelve necesario comprender los juicios de valor

como normas de evaluación, es decir como niveles aceptables de impacto mínimo, máximo u óptimo (Watson y Kopochevsky, 1996). La subjetividad de las normas de evaluación sociales es lo que confiere la dificultad y problemática para estimarlas. Por lo tanto, se requiere el establecimiento de procedimientos para que esas normas estén basadas en datos objetivos. Hay distintas maneras de fijar las normas de evaluación sociales. Entre ellas, se encuentran las siguientes: conocer las preferencias de los usuarios a través de normas del grupo; basar las normas de evaluación en la satisfacción y en la percepción de la concentración; orientarse por el tipo de impacto y por su gravedad para saber cuál es el límite (nivel aceptable de impacto). El procedimiento de saber la opinión de un grupo (sociedad) estará basado en el tipo de impacto (social, económico, medioambiental y cultural) y en la gravedad (a través de escala de valores) y ello nos puede orientar sobre cuál es el límite (Watson y Kopochevsky, 1996).

- d) La aplicación de encuestas en la determinación de normas de evaluación social: conforme Shelby y Heberlein (1986), establecer la capacidad de carga significa establecer la relación entre el nivel de uso (y/o parámetros de gestión) y los impactos del turismo en el territorio y en los que participan del desarrollo turístico. Un factor a tener en cuenta es que los impactos cambian a medida en que hay un incremento del número de visitantes o de los usos del territorio (construcción, vehículos). Esta cuestión no se sostendría en el campo teórico ya que cada individuo posee una valoración particular. Por ello, se hace necesario demostrarla empíricamente a través de la aplicación de encuestas. La aplicación de encuestas es un método efectivo en la determinación de normas de evaluación social, pues permite demostrar empíricamente en qué medida hay cambios de los impactos ante el crecimiento del número de visitantes o el incremento de los usos del territorio por el asentamiento de más infraestructuras (Shelby y Heberlein, 1986); consiste en un método efectivo para conocer los impactos en el territorio sea por la experiencia del residente viviendo en la zona, sea por la experiencia de los turistas en el destino (Shelby y Heberlein, 1986).

3.3.2 Establecimiento de la capacidad de carga social: la propuesta de Saveriades (2000)

Otro estudio que adoptamos como referente es que el emprendió Saveriades (2000), cuyo objetivo fue establecer la capacidad de carga social en los centros turísticos vacacionales de la Costa Este de la República de Chipre. El autor revisó los efectos del desarrollo turístico sobre los pueblos costeros de Ayia Napa, Protaras y Paralimni, tasando el nivel actual de impactos sobre la capacidad de carga social de la región. En su estudio, el autor parte del principio de que cada destino puede mantener un nivel específico de aprobación en cuanto al desarrollo turístico y al uso, a partir del cual un incremento del desarrollo puede traducirse en el deterioro

sociocultural o en la disminución de la experiencia. Según Saveriades (2000), la capacidad de carga social corresponde al nivel máximo de uso (cuanto a los números y a las actividades) que un área puede absorber sin que una disminución inaceptable en la calidad de la experiencia de visitas y sin un impacto negativo inaceptable sobre la sociedad de la zona. Algunos factores que determinan la capacidad de carga de un destino son los siguientes: la habilidad de absorber el desarrollo turístico antes que los impactos negativos sean sentidos por la comunidad local; y el nivel de desarrollo turístico más allá del cual los flujos turísticos descienden porque el destino deja de satisfacerlos y de atraerlos (Saveriades, 2000). El modelo propuesto por Saveriades (2000) para determinar la capacidad de carga social tiene en cuenta:

- a) Factores nativos: características y procesos del ambiente natural; estructura y desarrollo económico; estructura y organización social; organización política; nivel de desarrollo turístico; etc. (Mathieson y Wall, 1982, citados por Saveriades, 2000);
- b) Factores externos: todas las características de los visitantes del destino turístico anfitrión (edad, sexo, ganancias, motivaciones, actitudes, expectativas, etc.); nivel de uso de las instalaciones; duración de la estancia; actividades en el destino; niveles de satisfacción turística; etc.;
- c) Proceso de planificación y parámetros de gestión: el concepto de capacidad de carga está íntimamente relacionado al establecimiento de prioridades (Getz, 1983, citado por Saveriades, 2000). Saveriades (2000) ejemplifica que si apenas se considera como prioridad el objetivo de desarrollo económico, entonces las dificultades sociales y ambientales serán soportadas. Los parámetros de gestión son aquellos que pueden ser manipulables por los gestores, pudiendo ser utilizados para reducir los impactos, a través de procedimientos de gestión que influyan en el comportamiento.
- d) Educación sobre el destino: aunque no resulte una tarea fácil es imprescindible educar a la comunidad local y a los visitantes sobre el destino, tanto sobre las actitudes que mejor contribuyan a una mayor prosperidad económica, como al mantenimiento de la herencia humana y natural en el destino.
- e) Definir umbrales de capacidad de carga: depende completamente de juicios de valor, lo que implica cierta dificultad para valorarlos. Pero, a través del desarrollo de técnicas socio-psicológicas adecuadas se puede llegar a parámetros de evolución seguros. Los umbrales de capacidad están relacionados a los niveles críticos (por ejemplo, el número máximo de usuarios/visitas) que pueden ser soportados por ciertas instalaciones/recursos sin que otros nuevos factores entren en vigor. La saturación de dichos umbrales requerirá nuevos esfuerzos de gestión para suministrarlos (por ejemplo, extender la capacidad), del contrario se comprometerá el recurso/instalación por la superación de su umbral de capacidad. En el caso de la totalidad de los recursos, el umbral de capacidad o el nivel de saturación se

convierte en factor restrictivo a la extensión de la capacidad. Por tanto, definir los umbrales es establecer límites más allá de los cuales la actividad turística produce principalmente efectos negativos.

- f) Saveriades (2000) observa que el problema de utilizar los modelos y parámetros de evaluación a la hora de establecer la capacidad de carga social reside en la dificultad de medir actitudes. Hay que tener en cuenta que ciertos parámetros/variables no pueden medirse, manifestándose en acciones debido a la capacidad de adaptación al proceso, y, además, que las actitudes entre las personas cambian (Butler, 1974 citado por Saveriades, 2000). Si los modelos/parámetros de evaluación son considerados, la determinación del nivel óptimo de la capacidad de carga (nivel más allá del cual la satisfacción disminuye) dependerá de los objetivos y prioridades de la administración pública local y de los ciudadanos, responsables del desarrollo turístico. Un factor muy importante a ser considerado es que la capacidad de carga no es una fórmula de obtener un número ficticio más allá del cual el desarrollo debe cesar. La capacidad de carga no es fija; se desarrolla con el tiempo y con el crecimiento del turismo, pudiendo ser manipulada con técnicas de gestión y control. Saveriades (2000:5) afirma que “la capacidad de carga es útil como un proceso de gestión cuyo propósito es garantizar que el desarrollo del turismo sea llevado a cabo en el contexto y los umbrales de óptimo nivel de capacidad global, asegurando, a largo plazo, la sostenibilidad del desarrollo turístico”.

Según Saveriades (2000), existe una relación entre las actitudes y los comportamientos, de modo que la comprensión de las actitudes de una persona permitirá la comprensión y predicción precisa del comportamiento. En su investigación en la República de Chipre, el autor no se restringió a una mera medición de actitudes, sino también procuró explorar sus dimensiones e importancia para aquellos que de ella participaron, buscando alcanzar los siguientes objetivos: identificar las actitudes de la población local hacia el turismo; examinar las interrelaciones turista-acogida; investigar el grado en que el turismo erosiona la estructura social y acentúa la alienación cultural; y determinar si el turismo alienta comportamientos antisociales. El alcance del objetivo fue viabilizado, a partir del diseño de un cuestionario estructurado y de la administración de entrevistas con la población local. Fueron aplicadas 100 encuestas, distribuidas proporcionalmente a la población de cada área que formó parte del estudio (52 en Ayia Napa; 21 en Protaras; 27 en Paralimni). Las encuestas fueron realizadas en dos fases: febrero/1997 (representar la alta temporada de verano); y agosto/1997 (para retratar la baja temporada), dada la problemática de la estacionalidad que afecta al área estudiada. De ese modo, fue posible comparar los dos períodos en términos de actitudes y percepciones de los residentes locales y se han extraído conclusiones en cuanto a si estas diferencias tienen relación con el volumen de turistas que están presentes (Saveriades, 2000).

Saveriades (2000), estructuró su análisis en tres partes: actitudes de la población local hacia el turismo; interrelaciones turista-acogida; efectos del turismo sobre el comportamiento social. En sus conclusiones, verifica que a partir del estudio no se comprueban sentimientos negativos de la población local hacia los turistas. También es poco significativo el porcentaje de residentes que se sienten como extranjeros en su propio pueblo o que sienten su vida impedida por la presencia de turistas. Así que, estos resultados no fueron suficientes para insinuar que se ha rebasado el umbral de capacidad de carga de la región. Quedaron patentes, en su estudio, los cambios producidos por el turista en las costumbres, en el comportamiento social y en los padrones morales, especialmente cuando los residentes atribuyen al turismo la responsabilidad por el aumento de enfermedades sexualmente transmisibles, como el SIDA, y en el uso de drogas, así como incremento en el coste de vida y la disminución en el poder adquisitivo. Sin embargo, dichos cambios se mostraron aceptables en virtud de los beneficios económicos obtenidos: generación de ganancias, ingresos y divisas; y generación de oportunidades de empleo. Incluso, el 85% de la población reveló sentimiento de entusiasmo, espontaneidad y hospitalidad hacia los turistas, una pequeña minoría se mostró apática y apenas la encuesta expresó irritación y resentimiento hacia los turistas. Esta última observación tiene relación con los grados de molestias del anfitrión según el volumen de turismo y la amenaza que representa a la forma de vida de la comunidad. Bajo ese concepto, los residentes de un destino turístico son susceptibles de pasar por etapas de euforia, apatía, irritación y antagonismo; el nivel de irritación entre anfitriones y visitantes se determina por la compatibilidad mutua (Doxey, 1975, citado por Saveriades, 2000). El Índice de Irritación de Doxey es un modelo análisis temporal y que, según Butler (1980), sigue un ciclo similar al del ciclo de vida de los destinos turísticos y, de acuerdo con el estudio, los destinos Ayia Napa, Protaras y Paralimni se ubicaron en el escenario de euforia. Saveriades (2000) utilizó como parámetro de capacidad de carga social la “proporción de contacto”, el autor llegó a la recomendación de que la capacidad de carga óptima (antes de que la capacidad social empezara a ser superada) para la región sería de 5,20. Esta proporción correspondería a 21,914 turistas en el período de alta temporada. Saveriades (2000: 8) reitera que “la capacidad de carga de una región ni es fija ni estática, sino que cambia con el tiempo y el volumen de turistas, pudiendo ser manipulada por técnicas de gestión y controles. Puede ser útil para facilitar el seguimiento continuo del turismo, considerando los debidos ajustes a los planes, a fin de garantizar que el desarrollo del turismo se lleve a cabo en el contexto del nivel óptimo de capacidad global, garantizando así su sostenibilidad”. Por tanto, se hace necesario expresar la capacidad de carga en una unidad inequívoca y usual, que sea idónea a la hora de expresar la capacidad de un destino con respecto a la “presencia de turistas”, para que, de esa forma, sea más útil a la planificación del turismo.

IV. ESTIMACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA SOCIAL DE LOS RESIDENTES EN DESTINOS COSTEROS: UNA PROPUESTA PARA LA COSTA DEL SOL ORIENTAL

A la luz del conocimiento científico y de la breve caracterización del conjunto territorial estudiado, reflejados en el presente artículo, este apartado configura nuestro esfuerzo en proponer un modelo de estimación de la capacidad de carga social más adecuado a la realidad de los espacios abiertos con altas densidades, como es el caso del litoral, a partir del establecimiento de nuevos parámetros y de la adecuación del Modelo de Estándares Evaluativos de Shelby y Heberlein (1986), a fin de llegar a una propuesta que se ajuste a la realidad de los espacios litorales para la estimación de la capacidad de carga social percibida por los residentes.

4.1. Establecimiento de los parámetros para la estimación de la capacidad de carga social

En ese apartado presentamos los parámetros aplicados al establecimiento de la capacidad de carga social en la Costa del Sol Oriental (España). Los estudios de capacidad de carga turística realizados hasta el presente, mayormente, vuelcan sus atenciones para los aspectos físicos y medio ambientales. Y los escasos abordajes de capacidad de carga aspecto social (o “perceptual”), comúnmente se realizaron con vistas a la experiencia o la satisfacción de los visitantes y turistas en el destino. En la presente investigación se propuso estudiar la capacidad de carga social desde la perspectiva de los residentes por considerarla un instrumento que podrá aportar informaciones significativas a los gestores del turismo en territorios costeros, facilitando el proceso de la toma de decisiones con vistas al desarrollo sostenible del turismo en el litoral.

Así que para emprender el estudio se tomaron como referentes dos modelos de determinación de la capacidad de carga social discutidos en el estado de la cuestión. Por un lado, se ha utilizado el modelo establecido y aplicado empíricamente por Saveriades (2000) en la costa este de la República de Chipre con el propósito de establecer la capacidad de carga social de los residentes. Asimismo, se ha utilizado el estudio de Shelby y Heberlein (1986) y su “Modelo de Estándares Evaluativos”, cuyas aplicaciones empíricas son apropiadas a las condiciones presentadas en escenas de bajas densidades y desde el prisma de los turistas, siendo necesarias algunas adaptaciones para aplicarlo al estudio que fue aquí planteado, puesto que se plasma en el territorio litoral, concretamente en la Costa del Sol Oriental (España), espacio abierto sobre el cual incide un modelo masivo de desarrollo del turismo de sol y playa, caracterizando un escenario de altas densidades. Además, desde la perspectiva de aplicación empírica del modelo de Shelby y Heberlein (1986), también nos apoyamos en el estudio realizado por Navarro

(2003) en la Costa del Sol Occidental, donde dedica un capítulo a la estimación de capacidad de carga social percibida por los turistas de la zona.

Tras estas consideraciones, en seguida, planteamos una propuesta, a partir del modelo de Shelby y Heberlein (1986), con las adecuaciones que juzgamos necesarias, especialmente en lo que se refiere a la adopción de variables más apropiadas a las condiciones dadas en el espacio turístico investigado, puesto que los parámetros de “nivel de uso” e “impactos” sobre el territorio y sus residentes, utilizados en el modelo referente, resultarían prácticamente imposibles de mensurar.

4.2. Adecuación del Modelo de Estándares Evaluativos de Shelby y Heberlein (1986): una propuesta para su aplicación en los espacios turísticos litorales

La primera consideración al modelo de Shelby y Heberlein (1986) se refiere a su mayor utilidad cuando se aplica a espacios cerrados, cuyas condiciones circunstanciales son características de escenas de bajas densidades. No obstante, la investigación aquí planteada transcurre en un espacio turístico abierto, el litoral, caracterizado por escenas de altas densidades debido al modelo de desarrollo masivo del turismo de sol y playa. En consecuencia, resulta imprescindible una adaptación del modelo a las nuevas condiciones circunstanciales presentadas en ámbito del presente estudio. Conforme indica el marco teórico-conceptual, el modelo referente propone que el establecimiento de la capacidad de carga social percibida por los turistas está asociado a la relación entre nivel de uso (y/o parámetro de gestión) y los impactos. En el caso del estudio de Shelby y Heberlein (1986), se utilizó el “nivel de contacto” (número de encuentros; cuantas veces se ven) entre los participantes de la experiencia turística como parámetro de gestión, averiguándose los impactos percibidos sobre el territorio, los turistas y la experiencia turística y la reacción de los turistas ante ellos (concepto de aceptabilidad del impacto). El problema consiste en saber “cuál es el nivel de contacto” y “cuál es el nivel aceptable de encuentros respecto a los impactos producidos”, ambos parámetros percibidos por los propios turistas a través de juicios de valor, es decir por medio de normas de evaluación social que fueron establecidas a través de la aplicación de encuestas. Sin embargo, Tarrant y English (1996) afirman que la aplicación de dichos parámetros no se aplican a los espacios abiertos y las condiciones circunstanciales propias de escenas de altas densidades que caracterizan el territorio litoral aquí estudiado. Por esas razones, los parámetros utilizados por el modelo no resultarían tan útiles en las nuevas condiciones, dada la complejidad para mensurarlos.

Por lo tanto, siguiendo el raciocinio de Shelby y Heberlein (1986) en su modelo y teniendo en cuenta las observaciones realizadas por Tarrant y English (1996), adoptamos algunas adecuaciones engendradas por Navarro (2003), a fin de conferir al modelo una mayor aplicabilidad a las nuevas condiciones circunstanciales presentadas en territorio aquí estudiado. Las adecuaciones propuestas conciernen al cambio en los parámetros de “nivel de uso” (y/o parámetro de gestión) y de “impactos/aceptabilidad de los impactos”. Además, en el ámbito de la presente investigación, también propusimos cambios en cuanto al grupo social estudiado, puesto que gran parte de los diferentes estudios de capacidad de carga social llevados a cabo fueron aplicados con turistas, siendo escasas las investigaciones que se centran en los residentes en sus interrelaciones en el destino turístico. Esa fue una de las razones que nos llevó a establecer los residentes como grupo social objeto de la vigente investigación, sin dejar de mencionar que los residentes figuran entre los principales agentes del desarrollo turístico de un destino, debiendo ser considerado en la esfera de la gestión responsable del territorio y del desarrollo turístico. De ese modo, presentamos la siguiente propuesta esquemática como modelo para el establecimiento de la capacidad de carga social en la Costa del Sol.

Para que la aplicación del modelo de Shelby y Heberlein (1986) resulte más útil en el espacio turístico estudiado, se definió como variable de nivel de uso/parámetro de gestión la “percepción de la masificación” y como variable/parámetro de impacto “la reacción ante la masificación” (esta última traducida como la “predisposición del residente a marcharse (huir temporalmente)” (aceptabilidad de la masificación) del destino ante la percepción de la masificación. En su planteamiento para estimar la capacidad de carga social percibida por los turistas en la Costa del Sol Occidental, Navarro (2003:292) buscó averiguar “la opinión de los turistas ante la carga existente, su percepción de la masificación y su reacción ante ella”, definiendo lo que podría nombrarse de “indicador de saturación perceptiva” o “modelo de capacidad de carga social percibida por los turistas”.

En el ámbito de la presente investigación, una consideración importante con relación a la elección de los nuevos parámetros para establecer la capacidad de carga social percibida por los residentes, se refiere a que “(...) en la masificación intervienen conceptos, actitudes y experiencias subjetivas” (Navarro, 2003:293) y no se restringe a la fijación de un número total de turistas (meramente cuantitativa), sino que presenta un carácter más perceptivo, pues envuelve juicios de valor de los residentes sobre un volumen dado de turismo en su zona, así como sus impactos sobre el área y la sociedad, y sobre su satisfacción viviendo en la zona. Por lo tanto, la propuesta aquí es conocer la percepción de los residentes acerca de la masificación y su reacción ante ella. Consideramos la definición de los nuevos parámetros imprescindible para

la estimación de la capacidad de carga social percibida por los residentes en la Costa del Sol Oriental (España).

Conforme lo planteó Saveriades (2000) en la República de Chipre, se ha aplicado un cuestionario con los residentes de la Costa del Sol Oriental que fue diseñado y administrado para alcanzar los siguientes objetivos específicos: diseñar un perfil de los residentes; verificar las interrelaciones residentes-turistas; verificar las actitudes de los residentes hacia el turismo; mensurar los impactos (positivos y negativos) actuales y futuros del turismo (éstos últimos ante un futuro incremento turístico) en el territorio, en la estructura social y en la cultura; conocer las impresiones (percepciones) y las actitudes (reacciones) con respecto al volumen de turismo en la zona estudiada; averiguar si el turismo generó algún comportamiento antisocial de rechazo a la actividad; estimar la capacidad de carga social percibida por los residentes.

V. CONSIDERACIONES FINALES

En función de la velocidad y dinámica de su expansión, el turismo contemporáneo se ha vuelto un gran consumidor de espacios. La búsqueda del verde y la fuga de la agitación de los grandes centros urbanos, quizás sean algunos de los factores responsables por este alto consumo de la naturaleza, incluyéndose aquí los espacios litorales. El uso indiscriminado de espacios frágiles con recursos de belleza natural considerable, viene generando graves consecuencias al patrimonio natural y sociocultural en las comunidades receptoras.

Sobre todo en los destinos costeros, el modelo de desarrollo turístico implementado, en su mayoría, está orientado a la masificación del litoral, conllevando la pérdida de las cualidades y características originarias motivadoras de los desplazamientos de turistas. Ante la masificación, Krippendorf (1975, citado por Ruschmann, 1997) apunta para la tendencia de la actividad a autodestruirse, siendo atroz para sí misma. El desarrollo turístico suele plasmarse a través de implantación y oferta de equipamientos, servicios e infraestructura turística, ajenos a la realidad de los lugares donde el turismo se asienta, incluso cuando lo más conveniente, en algunos casos, sería fomentar otro tipo de actividades: rurales de bajo impacto, tradicionales o reveladoras de manifestaciones culturales complejas. Esas son discusiones urgentes en destinos costeros turísticos maduros, hacia un proceso de reestructuración-renovación de dichos destinos.

Rodriguez Moysés (1999:56) registra esta dinámica al afirmar que la actividad turística, en su carácter de productora y consumidora del espacio, "(...) se caracteriza por el uso efémero del territorio, en proceso continuo de desterritorialización y reterritorialización". En pocas décadas, regiones económicas periféricas se transforman en puntos de gran afluencia del turismo global

y, experimentando un crecimiento dramático, enfrentan problemas de ocupación espacial desordenada y falta de infraestructura básica. El espacio turístico es constantemente modificado por el asentamiento de toda una gama de infraestructura y servicios indispensables al desarrollo de la actividad.

Posiblemente, los destinos costeros sean de los ejemplos más evidentes de la dinámica que el turismo engendra sobre los territorios. Cada vez más, el litoral está sometido a un proceso hostil de desarrollo turístico promovido por la lógica capitalista globalizada. Se observa una gran cantidad de emprendimientos y proyectos turísticos que se apoyan en la retórica de la sostenibilidad, sin embargo constituyen actividades muy lejanas de promover un desarrollo sostenible, puesto que presentan serios impactos sociales y medioambientales, además de distorsiones en la distribución de sus beneficios a los ambientes en los cuales se implementan y a las poblaciones locales. La rápida transformación de los espacios litorales en destinos turísticos resulta del proceso de mercantilización de la naturaleza que afecta a las zonas costeras, transformadas en *commodity* por los agentes económicos. Antiguas villas de pescadores se transforman en centros de servicios, dotados de infraestructuras hoteleras que se asemejan, en algunos casos, a islas de ocio, marcadas por el consumo fácil, protegido y servicial, con características ajenas a la realidad local. En ese proceso de producción, valorización y apropiación del litoral, el turismo engendra contradicciones y choques socioeconómicos, ecológicos y culturales.

Según Mendes *et al.* (2004), el turismo es considerado como la más nueva forma de conflicto en la zona costera. La carencia de planificación y gestión integrada del turismo en destinos costeros viene causando serios y, a veces, irreversibles daños sobre los ecosistemas que conforman el paisaje costero y sobre las comunidades locales, ocasionados en muchas circunstancias por la falta de respeto a los límites tolerables de uso, conllevando el rebasamiento de la capacidad de carga y, consecuentemente, la degradación de las zonas costeras. Frente a lo expuesto, se considera de extrema importancia realizar estudios que permitan una mayor comprensión de los efectos generados por esa dinámica del turismo en los destinos costeros. En ese sentido, los estudios de capacidad de carga actúan en la dirección de la reestructuración y renovación de estos territorios, a medida que se centran en la relación existente entre el nivel de uso del suelo y los impactos generados, permitiendo un mayor conocimiento y comprensión de los territorios y sus poblaciones, además de las transformaciones en ellos.

Es evidente que el turismo moviliza cuestiones conflictivas y no resulta tarea fácil equilibrar y compatibilizar las ganancias económicas estimuladas por la actividad y su desarrollo local, responsable y sostenible. El desarrollo sostenible de la actividad debería plasmarse en la

utilización de los recursos naturales e histórico-culturales de manera responsable, a fin de evitar su destrucción y posibilitar su usufructo a las futuras generaciones bajo las premisas de conservación ambiental, eficiencia económica y justicia social en los cuales se apoya la idea de sostenibilidad. El control del desarrollo turístico está relacionado con criterios y valores subjetivos y con una política socio-ambiental y turística adecuada (Ruschmann, 1997). Así como ocurre con otras actividades productivas consumidoras del espacio, el desarrollo sostenible del turismo conlleva la conciliación de intereses diversos estimulados por la actividad en cada agente del desarrollo. De modo que es imprescindible el establecimiento de políticas de turismo que definan criterios para la implementación y el desarrollo sostenible de la actividad, así como que concreten mecanismos de control y medidas de monitorización del desarrollo que auxilien en el proceso de reestructuración, sea por la renovación de funciones o por su reorganización en el territorio turístico, para que al envés de un declive se promueva su rejuvenecimiento (renovación) (Barros, 2009).

De cara a esa realidad, la realización de un estudio de capacidad de carga propuesto en esta investigación asume relevancia en el contexto de la sostenibilidad del desarrollo en los destinos turísticos costeros, puesto que la capacidad de carga consiste en un aspecto fundamental de la sostenibilidad (Cooper *et al.*, 2007). Estudiarla permite conocer los umbrales del desarrollo del turismo en un destino. Conforme Shelby y Heberlein (1986) y Cooper *et al.* (2007), se relaciona a la vez con los impactos sobre el destino y el nivel de uso del suelo. Conocerla significa conocer la capacidad de un destino para resistirse a la presión y al deterioro que sobre él incide a medida que aumentan los flujos de viajeros. En virtud de eso creemos que la capacidad de carga, si se aplica adecuadamente, constituye un instrumento de gestión indispensable y que puede auxiliar en la orientación de una reestructuración-renovación de los destinos turísticos costeros.

Los estudios de capacidad de carga en los destinos turísticos constituyen instrumentos de fundamental importancia para comprender, planificar y gestionar el desarrollo del turismo y sus efectos sobre los lugares donde se asienta y sus comunidades locales, sobre la actividad económica de estas áreas y sobre el medio ambiente. No obstante, a pesar de la reconocida importancia de la capacidad de carga como un instrumento de gestión del desarrollo del turismo, aún es bastante incipiente y complejo el manejo de los conceptos existentes y de los modelos de aplicación de esa herramienta. La complejidad se amplía aún más cuando el estudio de capacidad de carga se aplica a un espacio abierto, como lo es el litoral, a fin de que se conozcan las perspectivas (posibilidades y límites) del desarrollo turístico, así como se propone en la presente investigación.

Vale resaltar que la capacidad de carga consiste en una herramienta que va más allá del prisma de la planificación, pues analiza desde una perspectiva más sistémica variables económicas, sociales, biofísicas, ecológicas, culturales, infraestructurales y políticas. Bajo el análisis de un amplio espectro de variables, la capacidad de carga permite establecer índices de saturación o umbrales del desarrollo turístico de un destino, que indiquen la capacidad del destino para acoger determinado flujo de turistas e infraestructuras sin deteriorarse. Sus conceptos y aplicaciones, con los diferentes matices existentes, actúan en el campo de la gestión integrada del desarrollo turístico.

La vigente investigación se detuvo en el matiz social de la capacidad de carga. La capacidad de carga social puede ser estudiada tanto desde el prisma de los residentes como de los turistas. En esta investigación, se optó por estudiar la capacidad de carga social a partir de la óptica de los residentes, a pesar de conllevar una limitación de cuño bibliográfico, puesto que gran parte de los estudios existentes se centran en los turistas. Por otro lado, la elección por los residentes constituye una oportunidad de suplir un poco la escasez de estudios volcados al establecimiento de la capacidad de carga residente. Además, la ejecución de esta investigación, así como su valor, se debe a los esfuerzos metodológicos engendrados en cuanto a la adopción y adaptación del modelo conceptual a ser aplicado. Se ha tomado como referente, el modelo de Shelby y Heberlein (1986), quienes estudiaron la capacidad de capacidad de carga social de los turistas en espacios naturales cerrados, en escenas de baja densidad, donde, debido a las condiciones existentes en el espacio, se podría controlar dos variables importantes del modelo: la carga y el nivel de contactos (número de encuentros) entre los turistas. Otro estudio que adoptamos como referente fue realizado por Saveriades (2000) en la Costa Este de la República de Chipre, donde aplicó un modelo para establecer la capacidad de carga social residente.

El valor de la vigente investigación consiste en adaptar y aplicar el modelo de Shelby y Heberlein (1986) a espacios abiertos, como es el caso de un destino turístico costero, en este caso la Costa del Sol Oriental, en el Mediterráneo Español, cuyas condiciones encontradas, típicas de escenas de alta densidad, añaden más dificultad al estudio aquí realizado. A diferencia de estudios anteriores, aquí no se controla ni la carga ni los contactos, de modo que se tuvo que trabajar con otros parámetros: la percepción de la masificación y la influencia de la masificación en la actitud/comportamiento de los residentes. El estudio también se diferencia de otros precursores respecto a su carácter cuantitativo, factor que trasciende al análisis de impactos en zonas turísticas. En ese sentido, se puede decir que el vigente trabajo de investigación consiste en un planteamiento novedoso que viene a fomentar la creación de una epistemología en el ámbito de la gestión del desarrollo sostenible del turismo en zonas costeras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA GARCÍA, F. (2002): “La Costa del Sol Oriental: Un conflicto territorial entre el turismo, la agricultura y la urbanización metropolitana”. In: GUTIÉRREZ, F. F., FERNÁNDEZ, P. P. y HITTA, Á. A. Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI, Almería, Universidad de Almería, 139-147.
- AGARWAL, S. (2002). “Restructuring Seaside Tourism: The Resort Lifecycle”, *Annals of Tourism Research*, 29 (1): 25-55.
- BALDERRAMAS, H. A. (2001): Capacidade de Carga Turística: análise do espectro metodológico ante o uso turístico-recreativo do Balneário Fluvial de Araguacema (TO) – Praia da Gaivota, Dissertação, Santa Catarina, Universidade do Vale do Itajaí.
- BARROS, N. C. C. (2009): Por que as Destinações Turísticas no Nordeste do Brasil não declinam?, Recife, Editora Universitária UFPE.
- BARROS, N. C. C. (2000): Manual de geografia do turismo: meio ambiente, cultura e paisagens, Recife, Editora Universitária da UFPE.
- BOULLÓN, R. C. (1999): Planificación del espacio turístico, 3. ed., México, Trillas.
- BOULLÓN, R. C. y OTERO, A. (1995): “Estándares para las actividades del tiempo libre”, São Paulo, Anais do Congresso Internacional de Geografia e Planejamento do Turismo.
- BUTLER, R.W. (1980): “The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources”, *Canadian Geographer*, 14 (1): 5-12.
- CERRO, F. L. (1993). Técnicas de evaluación del potencial turístico, Madrid, MICYT, Centro de Publicaciones, D.L.
- COCCOSSIS, H. (2001): Defining, measuring and evaluating carrying capacity in european tourism destinations: Final Report, Atenas, University of the Aegean.
- COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, A, GILBERT, D. y WANHIL, S. (2007): El Turismo Teoría y Práctica, Madrid, Síntesis.
- FERNÁNDEZ, M. G. (2003). “Las viviendas de segunda residencia. ¿Ocio o Negocio?”, *Scripta Nova – Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales de la Universidad de Barcelona*, 7, 146(052).

FIRMINO, F. S. (2009). Estudio de Capacidad de Carga Social Percibida por los Residentes en la Costa del Sol Oriental (España), Diploma de Estudios Avanzados (DEA), Málaga, Universidad de Málaga.

GABILONDO GARCIA DEL BARCO, E. (1996): “Turismo y medio ambiente en la provincia de Málaga: evolución y perspectivas”. In: FUENTES GARCIA, R. El sector turístico en la provincia de Málaga, Málaga, Colegio Oficial de Economistas de Málaga.

GALACHO JIMENEZ, F. B. (1996a): Proceso urbano y ordenación del territorio en el espacio metropolitano y la Costa del Sol malagueña, Tesis doctoral inédita, Málaga, Universidad de Málaga.

GALACHO JIMENEZ, F. B. (1996b): Urbanismo y turismo en la Costa del Sol, Málaga, Universidad de Málaga.

GARCÍA MANRIQUE, E. (1984): “La Costa del Sol Occidental”. In: ALCOBENDAS, M. Málaga. Tomo I, Granada, Editorial Andalucía.

INDICADORES para la gestión sostenible del desarrollo turístico: Evaluación de la Capacidad de Carga en el Mediterráneo Meridional (2004-2007). Proyecto de I+D+i (Ref: SEJ-2005-04660).

MENDES, E. G., LIMA, L. C. y CORIOLANO, L. N. M. T. (2004): “Os embates da reestruturação do espaço litorâneo cearense pelo turismo”, Mercator, Revista de Geografia da UFC, Ano 3, 6: 43-52.

NAVARRO JURADO, E. (2003): ¿Puede seguir creciendo la Costa del Sol? Indicadores de saturación de un destino turístico, Málaga, Diputación Provincial de Málaga.

PIRES, P. S. (2000): “Interfaces ambientais do turismo”. In: TRIGO, L.G.G. Turismo: como ensinar como aprender, São Paulo, SENAC, 229-255.

PLAN de Ordenación del Territorio de la Costa del Sol Occidental (2006). Junta de Andalucía. Consejería de Obras Públicas y Transportes.

PLAN de Recualificación Turística de la Costa del Sol: “Plan Qualifica” (2007). Junta de Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

REQUEJO LIBERAL, J. (2001). “La segunda residencia lanza una opa sobre el litoral andaluz”. Ponencias III Congreso Internacional de Ordenación del Territorio – Política Regional,

Urbanismo y Medio Ambiente. Gijón. Disponible en:
<http://www.fundicot.org/ciot%203/grupo%204/012.pdf>

RODRIGUES MOYSÉS, A. (1999): "A produção e o consumo do espaço para o turismo e a problemática ambiental". In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. (org). Turismo: espaço, paisagem e cultura, 2. ed., São Paulo, Hucitec, 55-62.

RUSCHMANN, D. M. (1997): Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente, 8. ed., Campinas, Papirus.

SALVÀ TOMÀS, P. A. (1998). "Los modelos de desarrollo turístico en el Mediterráneo", Cuadernos de Turismo, 2: 7-24.

SAVERIADES, A. (2000): "Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus", Tourism Management, 21 (2): 147-156.

SEABRA, L. (2000). "Por um turismo do cuidado: discussões acerca dos estudos de capacidade de suporte ecoturístico", Joinville, Anais do IV Encontro Nacional de Turismo com Base Local.

SHELBY, B. B. y HEBERLEIN, T. A. (1986): Carrying capacity in recreation settings, Corvallis, Oregon State University Press.

SOWMAN, M. R. (1987): "A procedure for assessing recreacional carryng capacity of coastal resort areas", Landscap and Urban Planning, 14 (14), 331-334.

TARRANT, M. A. y ENGLISH, D. B. K. (1996): "A crowding-based Model of Social Carrying capacity: Applications for Whitewater Boating Use", Journal of Lesidure Reserach, 28 (3), 155-168.

VERA REBOLLO, J. F. (Coord.), LÓPEZ I PALOMEQUE, F., MARCHENA GÓMEZ, M. y ANTÓN, S. (1997): Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo, Barcelona, Ariel Geografía.

WATSON, G. L. y KOPOCHEVSKY, J. P. (1996): "Tourist carrying capacity: a critical look at the discursive dimension", Progress in Tourism and Hospitality Research, 2 (2), 169-179.

WONG, P. P. (1998): "Coastal tourism development in Southeast Asia: relevance and lessons for coastal zone management", Ocean and Coastal Management, 38 (2), 89-109.

CASO CARTAGENA DE INDIAS: LA TRANSICIÓN DE SOL Y PLAYA A DESTINO CULTURAL COMO ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN, RENOVACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO EN SU CICLO DE VIDA

Autor:

John Alexander Ramos Calderón

Master Oficial en Dirección y Planificación de Turismo
Universidad de Alicante¹

RESUMEN

Los destinos turísticos del Caribe han experimentado un cambio en la consolidación de sus productos turísticos, orientados en su mayoría hacia la potenciación del turismo cultural como oferta complementaria. En Cartagena de Indias, principal destino turístico vacacional de Colombia, la reestructuración ha sido aún mayor ya que la ciudad ha cambiado drásticamente su modelo de gestión, reemplazando el producto principal de sol y playa por el de turismo cultural. El principal objetivo de esta investigación se centra en evidenciar como este cambio ha generado mayor dinámica en el sector. Los resultados presentados a lo largo del estudio evidencian especialización en el diseño de producto, incremento en la inversión extranjera en hotelería, aumento de competitividad de los prestadores de servicios turísticos y generación de mayores flujos de visitantes y turistas nacionales e internacionales. A pesar de lo anterior, Cartagena tiene problemas sociales que debe enfrentar, ya que el desarrollo del destino se ha hecho fuera del contexto de ciudad y por ende conlleva a pocos beneficios a la comunidad. La relevancia de esta investigación se centra en la descripción de la evolución turística de ésta ciudad Patrimonio de la Humanidad y en evidenciar la necesidad de plantear un modelo de desarrollo donde converjan por una parte las propuestas del sector y por otra las necesidades básicas de la población, de forma que dicho desarrollo tenga también como base la sostenibilidad social de Cartagena.

Palabras Clave: modelos de gestión turística, producto turístico, políticas públicas de turismo, ciclo de vida de destinos turísticos, desarrollo sostenible, Cartagena de Indias, Colombia, innovación, renovación.

¹ Licenciado en Administración Turística y Hotelera, becario de la Fundación Carolina para el Master de la Universidad de Alicante.

ABSTRACT

The Caribbean tourist destinations have experienced a change in the consolidation of its tourist products, which has been oriented toward the enhancement of the cultural tourism as complementary supply. In Cartagena de Indias, the main tourist destination of Colombia, it has been even greater. The city changed completely its business model, replacing its main product, sun and beach, by cultural tourism. The main objective of this research focuses on evidencing how this change generated more dynamic in the sector. The results presented in the paper put in evidence the specialization in Cartagena's tourism products, increases in foreign investments in the hotel industry, more competitiveness in the tourism companies, and increases in the domestic and international tourism demand. Despite that, Cartagena has social problems to face. The destination's development lacks actions to improve the society's life conditions, without clear benefits to the community. The relevance of this research is, mainly, in the description of the city's evolution, as tourism and World Heritage destination, and in evidence the necessity of a development model where converges sector and population's needs, helping Cartagena achieves its social sustainability.

Keywords: tourism management models, tourism product, tourism public policies, life cycle of tourism destinations, sustainability, Cartagena de Indias, Colombia, innovation, renovation.

I. INTRODUCCIÓN

Cartagena de Indias es el primer destino turístico vacacional a nivel nacional e internacional en Colombia. La ciudad está localizada en la Costa Atlántica Colombiana y la habitan 892.545 ciudadanos, de acuerdo con el último censo del DANE realizado en el país. El municipio tiene una superficie de 616 Km² en total, cuenta con costas sobre el Mar Caribe, sobre el que posee 8.252 Km. de playa en el área urbana y 7.611 Km. en el área rural y 11 Km. de murallas².

La ciudad, a lo largo del tiempo ha tenido transiciones en la articulación y gestión de su vocación turística. Con el fin de conceptualizar los términos, inicialmente se hace un acercamiento a la teoría sobre el ciclo de vida de los destinos turísticos y el marco que esta información representa para esta investigación. Posteriormente se procede a analizar a grandes

² Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias, Plan Sectorial de Turismo 2004 “Cartagena de Indias... Es Nuestro Patrimonio”, 2004.

rasgos los principales aspectos que han determinado la vocación turística de Cartagena de Indias, desde los años 1910 hasta 2010, evidenciando una transición especial en el inicio del siglo XXI, donde ocurre un cambio drástico en la composición del producto turístico, su promoción y comercialización, pasando del tradicional producto de Sol y Playa al de Turismo Cultural.

Para explicar la dinámica que generó el cambio mencionado, se traen a colación datos que permiten demostrar una mejora en los índices de evaluación plenamente turísticos como la llegada de visitantes internacionales, la inversión directa en el sector y la especialización en el diseño de producto. Para ello se construyen tablas y datos a partir de información generada por autoridades sectoriales de los niveles locales, nacionales e internacionales.

En lo que respecta a la metodología empleada, principalmente se acudió a la revisión de la bibliografía escrita para analizar el proceso evolutivo de la ciudad en 100 años de gestión turística. Para evidenciar el dinamismo en llegadas de turistas, se estudian las cifras de llegadas de turistas internacionales publicadas anualmente en el Barómetro OMT y para el caso de inversión en el sector, se presenta la proyección de los próximos años del subsector de alojamiento turístico en la ciudad, la cual fue consolidada a través de la recolección de información publicada en las páginas web administradoras de dichos proyectos y de la Asociación Hotelera Colombiana – Cotelco.

Finalmente se estudiaron 48 paquetes de agencias de viajes minoristas, receptoras y touroperadores para conocer la especialización del destino, evidenciando en cada uno de ellos la duración, los atractivos vinculados y la tipología de turismo con la que están asociados principalmente.

No hay duda de la mejoría en la dinámica turística en la ciudad; sin embargo, al igual que desde hace muchos años, se pone en discusión los verdaderos beneficios que genera este sector para el impacto positivo de una sociedad que aún continúa apareciendo como una de las de mayor índice de pobreza del país.

Para concluir se llama a una reflexión sobre la necesidad de desarrollar un modelo de gestión turística, donde por una parte converjan los intereses de los actores sectoriales y por otra parte se propenda por satisfacer las necesidades de una comunidad e impactar de forma positiva su cultura, su economía y en general sus aspectos sociales.

II. EL CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

Los destinos turísticos experimentan a lo largo del tiempo seis fases en su ciclo de vida. El modelo que define la anterior afirmación, fue planteado por Butler en 1980 y resaltado nuevamente por el mismo autor en el 2004 y a pesar de “su gran simplicidad y su relativamente escaso andamiaje conceptual, se ha convertido en el modelo de referencia para describir los procesos de evolución de los destinos turísticos y en la aportación más debatida y comentada” (Vera et al. 1997). Así mismo en el “Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos” (Vera J, López F, Marchena M. y Anton S. 2011) son rescatados tres elementos que según el mismo Butler mantienen la vigencia de las etapas: la dinámica, capacidad y gestión del destino.

Las fases definidas son: Descubrimiento, inicio, desarrollo, consolidación, estancamiento y finalmente el declive o rejuvenecimiento del destino. El estancamiento en el ciclo de vida del producto es ocasionado por la disminución en la cuota de mercado debido a la dificultad de competir con destinos turísticos emergentes (Agarwal, 2002). Una vez iniciada esta fase, si no se adelantan acciones inmediatas para remediar dicha situación, el destino tiende al declive total.

Por otra parte, existe la opción del rejuvenecimiento, sobre la que se ha centrado la investigación de teóricos en el tema, donde algunos lo consideran posible (di Benedetto and Bojanic 1993; Getz 1992)³, pero pocos han logrado evidenciar que se puede alcanzar.

III. DEFINICIÓN DE LA VOCACIÓN TURÍSTICA DE CARTAGENA DE INDIAS (1910 – 1984)

Cartagena ha sido tradicionalmente el primer destino turístico vacacional en Colombia. Su importancia paisajística y cultural, hacen de la heroica (nombre con el que se le conoce a Cartagena) una ciudad privilegiada para los visitantes nacionales e internacionales. Esta tradición lleva varias décadas construyéndose, lo que le ha generado reconocimientos especiales como el de “Primer Centro Turístico de la República”⁴, proporcionado por el gobierno nacional en 1943.

³ AGARWAL, S. (2002): “Restructuring seaside tourism. The resort lifecycle”, *Annals of Tourism Research*, 29, pp. 5-55.

⁴ ÁVILA, F. (2008): *La representación de Cartagena de Indias en el Discurso Turístico*, Cuaderno de Trabajo No 2, México: Proyecto AFRODESC.

A lo anterior se suman otras distinciones otorgadas como el de “Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad”, concedido por la Unesco en 1984 y el de “Distrito Turístico y Cultural”, convirtiéndola en la única ciudad en Colombia con esta distinción.

Acudiendo a estudios realizados sobre Cartagena de Indias por expertos (Vidal, 1997; Meisel, 1999; Cunin, 2003, 2005; Anaya, Marrugo y Quejada, 2004), se puede concluir que los inicios de la vocación turística de la ciudad se registran en los años 10, cuando se realizan varias obras públicas con el objetivo de comunicar nuevamente a la ciudad con el resto de la nación, como lo fueron la construcción del muelle de La Machina (1893), construcción del ferrocarril Cartagena-Calamar (inaugurado el 20 de julio de 1894) y la reapertura del Canal del Dique (1885), entre otros.⁵

Asumir su posición de puerto (tal y como lo había hecho durante la conquista, donde fue una de las principales entradas a Suramérica), inició el fortalecimiento de las relaciones comerciales con el resto del país y dio paso al establecimiento de contactos internacionales. Ello promovió el tránsito de pasajeros y carga y posteriormente la concepción de la ciudad como un destino vacacional, ya que para entonces las únicas motivaciones eran asuntos diplomáticos y de negocios. (Sierra, Marrugo y Quejada, 2003; Cunin, 2005; citados por Ávila, 2008)

Es así como la ciudad inicia un camino para consolidarse como destino. Se adelantan más obras públicas, se adecuan vías y carreteras, se pone en funcionamiento un sistema de acueducto y alcantarillado, se promueven las mejoras de ornato, se propenden actividades para la conservación del patrimonio cultural, se abren establecimientos para el hospedaje con fines turísticos vacacionales, etc.

Sin embargo con el transcurrir del tiempo, diferentes vicisitudes se presentaron en el desarrollo de la ciudad. Algunas de ellas fueron la crisis económica de los años 30, donde muchas de las empresas instaladas en la ciudad se trasladaron a Barranquilla (Lemaitre, 1983, citado por Meisel, 1999: 56), la anulación de operaciones del ferrocarril en los años 50 y finalmente en 1960 “la decadencia del centro histórico – ni las murallas lograban ocultar su grado de abandono y de ruina material- fue su símbolo principal” (Cunin, 2003: 123, 124).

Entonces cabría preguntarse ¿Qué paso para que la ciudad recobrar el dinamismo turístico? La respuesta es sencilla, voluntad política nacional. El presidente de la época, Carlos Lleras Restrepo, decidió implementar una Política Turística. Como es natural, la misma debía tener unos destinos pilotos y el modelo más completo para la nación era el de Cartagena, pues ya

⁵ ÁVILA, F. (2008): La representación de Cartagena de Indias en el Discurso Turístico, Cuaderno de Trabajo No 2, México: Proyecto AFRODESC.

había realizado acciones en pro del desarrollo de esta actividad económica y como plantea Ávila (2008), "...la ciudad tenía reconocimiento nacional como destino turístico, sustentado en varios hechos que tuvieron lugar durante las décadas anteriores: nacimiento del Concurso Nacional de Belleza (1934), declaración como Primer Centro Turístico de Colombia (1943), inauguración del hotel Caribe (1946), desarrollo turístico y urbanístico del barrio Bocagrande (desde mediados de siglo XX), declaración del sector antiguo como Monumento Nacional (1959)".

La implementación de la Política de Lleras generó un aumento en la llegada de turistas por vía aérea a Cartagena, pasando de 75.000 a 300.000 (Báez y Calvo (2000: 94), citado por Ávila 2008). Este dinamismo abrió una oportunidad de negocio en el alojamiento turístico, por lo que la ciudad aumentó de 500 habitaciones hoteleras en 1967 a 2500 en 1981(Ávila 2008), las cuales se ubicaron geográficamente en Bocagrande, área sobre la cual se centró la dinámica turística de Cartagena por muchos años.

Es justo en ese momento donde se evidencia claramente la vocación turística de la ciudad, la cual se gestiona únicamente para el producto de sol y playa, tal y como lo evidencia Ávila: "En este escenario, la actividad turística dirige su atención hacia Bocagrande y, de paso, hacia la oferta de un turismo de sol y playa. Esto quiere decir que, por estos años, la promoción de la ciudad se orienta hacia este segmento. María Victoria Maldonado (2000: 185), una de las empresarias del turismo con más trayectoria de la ciudad, así lo ratifica: "Hasta principios de los años 80, la ciudad tuvo sólo una imagen de sol y playa". Uno de los agentes abanderados de la proyección de esta imagen es el naciente gremio hotelero, entonces agrupado en la Asociación de Hoteles (Acotel).

Es así que la ciudad inicia nuevamente un modelo de gestión, proyectándose como un destino no solo nacional sino internacional. Cunin (2003) realza algunas de las principales transformaciones de las décadas de los 60 y los 70 de la siguiente manera: "construcción de varias urbanizaciones para clases medias, inauguración de la Avenida Santander –principal Arteria Este-Oeste, paralela al mar-, ampliación del aeropuerto, construcción de la terminal de transportes y del moderno Centro de Convenciones –donde quedaba la Plaza de Mercado-, primer Plan Piloto de Desarrollo, propuesto en 1965 por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi y, por último, adopción de un ambicioso Plan de Desarrollo en 1978".

Años después, en 1984, la ciudad recibió el distintivo de "Patrimonio Histórico y cultural de la Humanidad", elemento que transformará la vocación turística de la ciudad como se especifica en el siguiente capítulo.

IV. EL PASO DE SOL Y PLAYA A TURISMO CULTURAL, ESTRATEGIA DE RENOVACIÓN DEL DESTINO.

Recibir una distinción como la de “Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad”, le permite a un destino posicionarse de manera privilegiada sobre su competencia, aprovechando dicha ventaja comparativa. Sin embargo, Cartagena no se benefició de dicha ventaja sino hasta después de 20 años, tal y como lo afirman Quintero P, Bernal C y López H (2006), después de haber realizado una investigación sobre producto ofertado en la Feria Internacional de Turismo – FITUR. “De la evaluación y comparación temporal de los catálogos se observa que Cartagena de Indias, hasta el año 2003, se promocionaba como un destino exótico, dotado de playas de arena blanca y con una interesante oferta cultural como complemento, imagen que no corresponde totalmente con la realidad. Esta desventaja en sol y playa no ha sido compensada con una oferta cultural caribe, la gran fortaleza de Cartagena representada en su patrimonio histórico– cultural, y el hecho de ser declarada Patrimonio de la Humanidad no aparece como producto principal. Es probable que la falta de identidad del producto explique porque en 2005 Cartagena aparece en los catálogos de Sudamérica, hasta el 2003 se había incluido en los catálogos de los mayoristas bajo la marca Caribe, al lado de Cancún, República Dominicana, Cuba, Puerto Rico, entre otros”⁶

Pues bien, siguiendo la cronología del turismo en Cartagena, durante estos 20 años (1984 – 2004), la ciudad se promociona en el mercado internacional con el principal producto de sol y playa. La pregunta que resulta al evidenciar esta gestión es: ¿Fue la ciudad competitiva con este modelo? Para responder el cuestionamiento, es preciso citar la definición sobre competitividad adoptada por el Observatorio del Caribe Colombiano y Cámara de Comercio de Cartagena, los cuales en el primer trabajo de la Serie de Estudios sobre la Competitividad de Cartagena⁷ la precisan como: la capacidad de un territorio de “... generar altas tasas de crecimiento de manera sostenida, de tal forma que además de mejorar la competitividad de las empresas se mejore la calidad y las condiciones de vida de sus habitantes, dentro de un contexto de competencia internacional”.

Teniendo en cuenta dicho concepto, Quintero P, Bernal C y López H (2006) afirman, basándose en el “Diagnóstico de la competitividad de Cartagena: situación de la ciudad a principios del siglo XXI” (2005), que la ciudad poseía para esa época las siguientes características:

⁶ QUINTERO P, BERNAL C y LÓPEZ H. (2006): La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado. Serie de estudios sobre la competitividad de Cartagena.

⁷ Grupo Regional de Economía y Competitividad, Diagnóstico de la competitividad de Cartagena: situación de la ciudad a principios del siglo XXI, Serie de Estudios sobre la competitividad de Cartagena, N°1, Observatorio del Caribe Colombiano y Cámara de Comercio de Cartagena

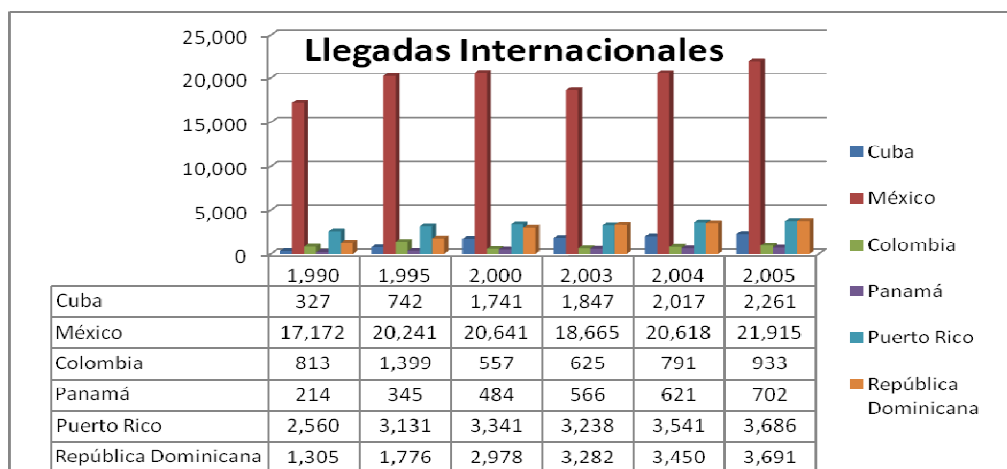
- Los factores de infraestructura, ciencia y tecnología son completamente deficientes.
- La gobernabilidad, institucionalidad, administración de finanzas, recursos humanos y fortaleza económica, se encuentran en un nivel medio de desarrollo, y
- Los principales elementos que se encuentran en un alto nivel de desempeño eran los relacionados con gestión empresarial e internacionalización.

Lo anterior nos permite deducir que los niveles que se encuentran “muy desarrollados”, no alcanzaban a generar un efecto multiplicador para jalonar los demás factores donde se encuentran los beneficios directos que debe percibir una comunidad, sobre todo en el ámbito social y cultural. Es decir, la actividad turística NO fue en esta época una actividad generadora de desarrollo para los ciudadanos que habitan el Corralito de Piedra.

En lo que refiere a la competencia internacional de Cartagena de Indias, está integrada por otros destinos del Caribe que también gozan de una localización geográfica importante, que poseen una cultura e identidad propia en adición al clima y el atractivo de sol y playa. (Quintero P, Bernal C y López H, 2006). Así las cosas, la competencia directa de Cartagena de Indias en el producto de Sol y Playa en el Caribe son: Cancún, Cuba, República Dominicana, Puerto Rico y Panamá.

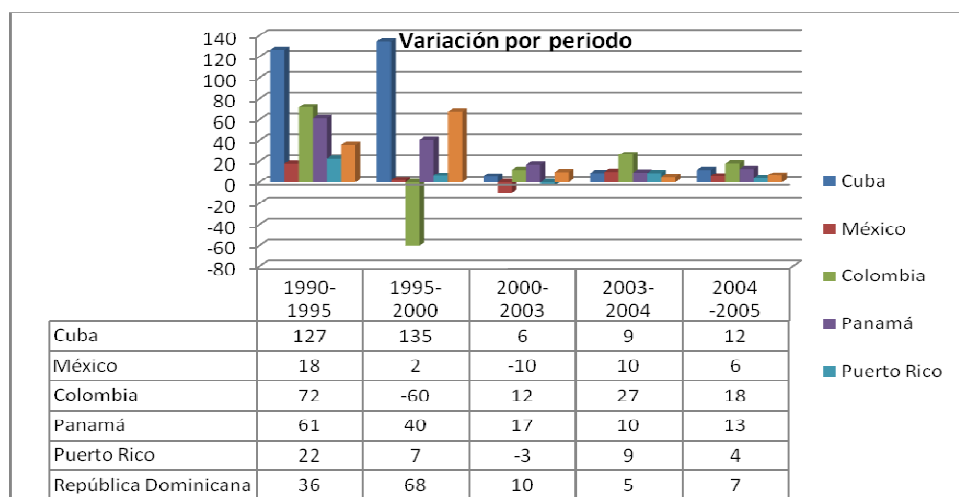
Con el fin de tener un panorama del turismo de estos destinos, a continuación se muestran algunas gráficas que dan o conocer el comportamiento que tuvieron los mismos entre 1990 y 2004. Éste último, fue uno de los años finales en el cual Cartagena se vendía con el producto principal de Sol y Playa. Los datos a analizar son los presentados por la OMT en su Barómetro Internacional de Turismo y debido a la inexistencia de estadísticas propias para Cartagena de Indias, se trabajará con los datos de Colombia, resaltando que Cartagena es el principal destino vacacional a nivel nacional e internacional en la nación.

Gráfica 1
LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES EN EL PERIODO 1990 – 2004
(Calculada en millones de personas)



Elaboración propia a partir de los datos publicados por la Organización Mundial del Turismo

Gráfica 2
VARIACIÓN DE LAS LLEGADAS EN EL MISMO PERIODO
(Calculada en Porcentajes)



Elaboración propia a partir de los datos publicados por la Organización Mundial del Turismo

Las anteriores gráficas nos permiten deducir lo siguiente:

- El destino turístico más competitivo del Caribe, en lo referente a las tasas de crecimiento entre 1990 y 2005 es Cuba, seguido por Panamá.
- El destino turístico que más recibe llegadas internacionales es México.
- El principal descenso en crecimiento por concepto de llegadas de turistas lo percibió Colombia en el lapso comprendido entre 1995 y el año 2000; influenciado por el orden político y público que atravesó el país en ese periodo.
- La ralentización en el crecimiento en llegadas internacionales después del año 2000, está condicionada por los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001. Esta situación no es propia de América Latina ni del Caribe (crecimiento de -4.7%), sino que es una situación generalizada en el mundo, donde la tasa de crecimiento en las llegadas internacionales se registró en un 0.0%.⁸ Sin embargo, en este mismo año, EEUU levantó una alerta de “travel warning” en contra de Colombia, situación que generó una disminución en la llegada de viajeros al país y específicamente de cruceros a Cartagena, situación que se prolongó hasta 2007.

Con el fin de aterrizar el análisis directo de la competencia sobre Cartagena, a continuación se presenta una tabla extraída del documento “La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado”, donde se presentan las cifras directas del turismo en la heroica y en los destinos competencia y la participación de cada uno en el mercado.

Tabla 1
VISITANTES INTERNACIONALES EN LOS DESTINOS DEL CARIBE

Destino	Visitantes internacionales (2002)	Participación por destino (%)
Cartagena	51.728	0,6
República Dominicana	2.811.319	35,0
Cuba	1.686.162	21,0
Panamá	499.643	6,2
Cancún	2.987.543	37,2
Total	8.036.395	100,0

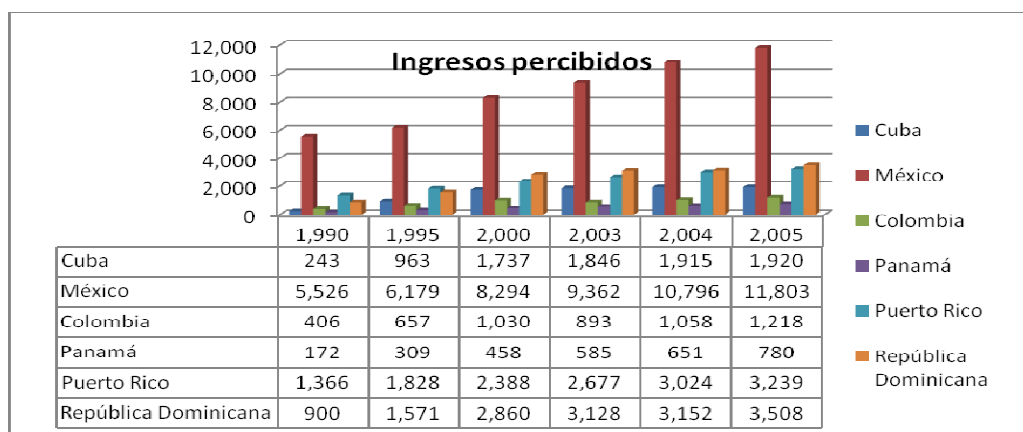
Fuente: QUINTERO P, BERNAL C y LÓPEZ H. (2006): *La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado. Serie de estudios sobre la competitividad de Cartagena.*

⁸ Organización Mundial del Turismo, Tourism Market Trends, 2006 Edition – Annex.

Como se evidencia, la cuota de participación de Cartagena de Indias en el mercado mundial en el año 2002 con el producto sol y playa, es la menor, incluso por debajo del destino Panamá. Más del 70% es captado por Cancún y República Dominicana. Algunas de las causas de esta deficiente participación, según Quintero P, Bernal C y López H (2006), pueden obedecer a las limitaciones de este producto con respecto al de los destinos competencia, la falta de atractividad y organización de los recursos naturales (playas) y los servicios que en ellas se prestan y la inexistencia de regulación de estos espacios.

Por otra parte, los precios de los productos evaluados en la Feria Fitur 2003, determino que Cartagena se vende como un destino de lujo y superior por algunos touroperadores como Pullman Tours⁹.

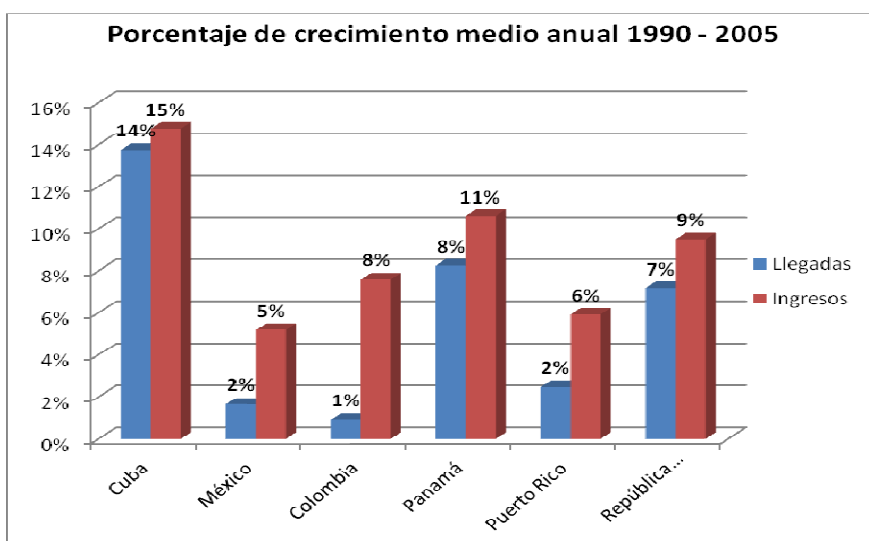
Gráfica 3
INGRESOS PERCIBIDOS POR TURISMO POR LOS DESTINOS DE SOL Y PLAYA
(Calculados en Millones de USD)



Elaboración propia a partir de los datos publicados por la Organización Mundial del Turismo

⁹ QUINTERO P, BERNAL C y LÓPEZ H. (2006): La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado. Serie de estudios sobre la competitividad de Cartagena.

Gráfica 4
INGRESOS PERCIBIDOS POR TURISMO POR LOS DESTINOS DE SOL Y PLAYA



Elaboración propia a partir de los datos publicados por la Organización Mundial del Turismo

Se puede corroborar que el destino turístico más competitivo del Caribe fue Cuba, seguido por Panamá y en tercer lugar República Dominicana. Colombia presentó la menor tasa de crecimiento en número de llegadas internacionales y por ende su primer destino turístico vacacional, Cartagena, se vio afectado por ello.

V. CAMBIO EN EL MODELO DE GESTIÓN Y PROMOCIÓN DE CARTAGENA DE INDIAS

“En el diagnóstico sobre el microclúster Cartagena, realizado en el estudio sectorial, se destacan como las principales fortalezas la máxima carga de identificación de la ciudad con un “Caribe histórico” y la conservación del centro histórico, y su prestigio como escenario de eventos internacionales”¹⁰.

Lo anterior, sumado a la proyección general del Caribe, donde los destinos intentan posicionarse con una oferta principal de Sol y Playa, pero con un complementario fuerte de Cultura y Naturaleza para diversificar el producto (Quintero P, Bernal C y López H, 2006), generó las primeras intenciones con el fin de lograr la transformación de la vocación turística de Cartagena

¹⁰ QUINTERO P, BERNAL C y LÓPEZ H. (2006): La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado. Serie de estudios sobre la competitividad de Cartagena.

de Indias, las cuales son susceptibles de visualizar en el Plan Sectorial de Turismo de Cartagena 2004 “Cartagena de Indias ... Es Nuestro Patrimonio”. En el mismo hay cuatro factores claros que permiten evidenciar la transición del producto principal de Sol y Playa a Turismo Cultural:

- Se resalta la clasificación de los recursos de Cartagena, en donde más del 70% de los atractivos están relacionados con la cultura, mientras que los atractivos naturales solo representan el 16.50%.¹¹
- Se define el perfil actual del turista, que posteriormente será contrastado para la definición de los principales productos a potenciar. Dicho perfil se resume en que para esa época el 80.5% de los turistas eran nacionales y el restante internacional, la principal motivación del viaje era vacacional (66.36%) y las actividades realizadas en orden de mención eran: Sol y playa, excursiones y visita a sitios de interés histórico – cultural.¹²
- Analizando la posición competitiva de los mercados turísticos, el plan define al turismo cultural como el producto con mayor atraktividad de mercado y mejor posición competitiva, rompiendo con el paradigma de sol y playa planteado hasta el momento.¹³
- El Plan define su objetivo principal de la siguiente manera: “Posicionar a Cartagena de Indias, como primer destino internacional de Colombia en las redes globales de servicios turísticos, y consolidarla como el destino preferido en el ámbito nacional, ofreciendo productos turísticos completos, sostenibles, rentables y competitivos, constituidos principalmente por: Histórico-Cultural; de Sol-Playa y Ecoturismo; Turismo de Veleros y Crucero; Congresos, Convenciones y Eventos”¹⁴

Evolución del destino Cartagena de Indias del 2005 a la actualidad.

Éste periodo está enmarcado por el reconocimiento de la OMT al presentar un informe denominado “Colombia, de nuevo en el mapa del turismo mundial”, donde la nación, gracias a los esfuerzos públicos y privados, generó un incremento competitivo en esta actividad

¹¹ Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias, Plan Sectorial de Turismo 2004 “Cartagena de Indias... Es Nuestro Patrimonio”, 2004, pág 29.

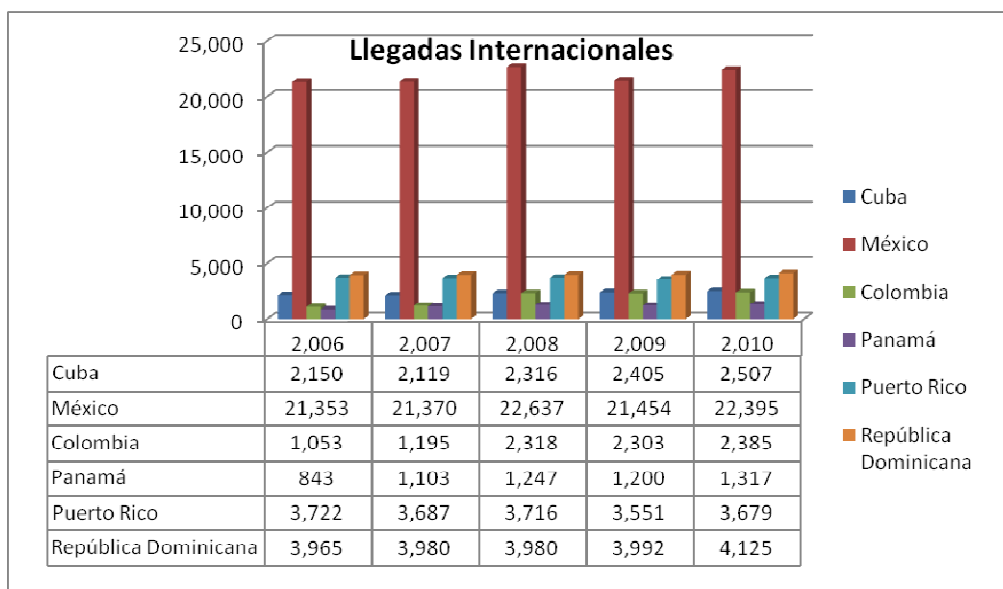
Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias, Plan Sectorial de Turismo 2004 “Cartagena de Indias... Es Nuestro Patrimonio”, 2004, pág 37.

¹³ Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias, Plan Sectorial de Turismo 2004 “Cartagena de Indias... Es Nuestro Patrimonio”, 2004, pág 44 y 45.

¹⁴ Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias, Plan Sectorial de Turismo 2004 “Cartagena de Indias... Es Nuestro Patrimonio”, 2004, pág 69.

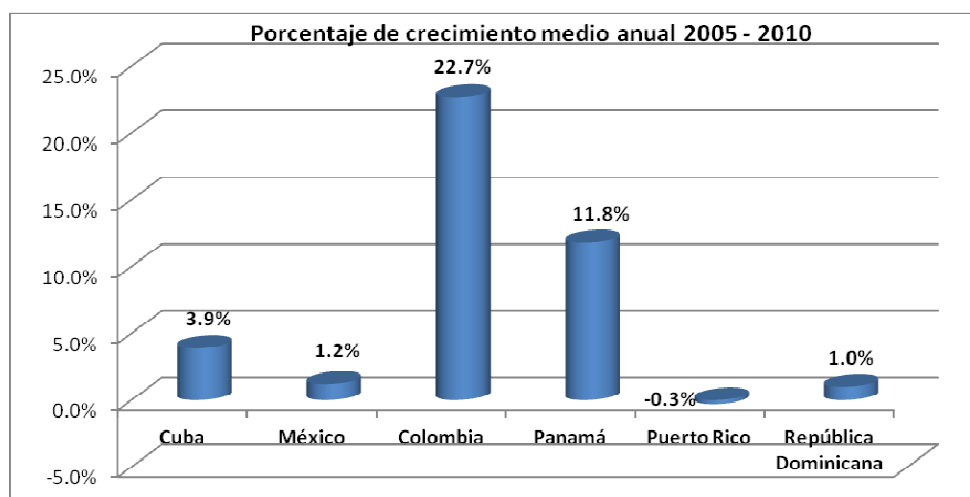
económica. En ese panorama nacional, a continuación se presenta nuevamente la relación de llegadas internacionales a Colombia con respecto a la competencia establecida en el Caribe.

Gráfica 5
LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES EN EL PERIODO 2006 – 2010
(Calculada en millones de personas)



Elaboración propia a partir de los datos publicados por la Organización Mundial del Turismo

Gráfica 6
VARIACIÓN DEL CRECIMIENTO EN LLEGADAS
(Calculado en porcentajes)



Elaboración propia a partir de los datos publicados por la Organización Mundial del Turismo

En este periodo se registra un importante cambio en la dinámica de llegadas de turistas internacionales al país. Si bien, el 51% de dichos turistas escojen como destino final a la ciudad de Bogotá, capital de Colombia y principal destino nacional de negocios, Cartagena continua siendo el principal destino vacacional.

La llegada de turistas es el resultado de la gestión realizada sobre el destino, aprovechando los esfuerzos nacionales que lleva a cabo Proexport, entidad encargada de la promoción turística internacional de Colombia. Dicha gestión está concebida no solo desde lo público, sino también desde el sector privado, pues como se establece en los postulados de Porter, la competitividad de un destino también depende de la capacidad que tienen las empresas de innovar en el producto, ya que son ellas quienes compiten en el ámbito internacional.¹⁵

Teniendo en cuenta que le corresponde al sector privado la comercialización del destino, ya que son ellos quienes administran y operan los servicios turísticos, a continuación se presenta la especialización en los programas, paquetes e itinerarios a los que ha llegado Cartagena actualmente, donde el sol y playa se convierte en un complementario que aporta a la elección del destino pero no es su principal motivador, como sí lo es la cultura y la historia.

Con el fin de identificar y poner límites a los tipos de turismo mencionados anteriormente y entendiendo un producto turístico como la “Combinación de un atractivo con unas facilidades, entendidas éstas como aeropuertos, vías, servicios públicos, hoteles, guías de transporte, etc, ubicadas en un destino turístico, donde predomina claramente un tipo de oferta y su correspondiente tipo de clientes”¹⁶; a continuación se presenta la conceptualización definida para los dos tipos de turismo que se resaltan en este artículo:

- Turismo de Sol y Playa: "Demanda turística cuya motivación se fundamenta en estos dos elementos y que se caracteriza por las negativas consecuencias de su estacionalidad y masificación"¹⁷.
- Turismo Cultural: “Tourist activities that have, as their main motivation, the enjoyment of the cultural resources of a certain location, town, or village”¹⁸

Analizando las 15 opciones de City Tours, presentados por la agencia receptiva Contactos¹⁹, una de las de mayor tradición y experiencia en el destino Cartagena, se puede afirmar que 7 de las propuestas tienen una relación directa con el producto de Cultura e Historia. 3 paquetes son de

¹⁵ Postulado de Michael Porter expresado en el documento “Ventaja Competitiva de las Naciones”.

¹⁶ Definición de la Organización Mundial de Turismo

¹⁷ www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo

¹⁸ Definición de la Organización Mundial de Turismo

¹⁹ <http://www.contactos.com.co/receptivos.php>

extensión, es decir, combinan Cartagena con ciudades o municipios cercanos, 2 se centran en el turismo de naturaleza, 2 en el producto de sol y playa y uno en “rumba”.

El centro histórico y sus murallas son incluidos en 5 de los 7 paquetes ligados al producto de cultura e historia. Dentro de este espacio existen dos atractivos a resaltar: El templo de Santo Domingo y la Catedral de Cartagena, debido al ingreso a estos lugares que manifiestan tener los planes. Los 2 paquetes restantes incluyen la visita a Getsemaní y al Fuerte de San Fernando.

Por su parte, la agencia de viajes TCI, que lleva más de 20 años prestando sus servicios en Cartagena, presenta en su oferta web²⁰ 3 paquetes principales. Dos de ellos ligados a la cultura y el patrimonio y uno a sol y playa. En los dos primeros, los atractivos principales son el centro histórico y sus murallas, el Castillo de San Felipe, el convento de la Popa y la iglesia de San Pedro Claver.

Gematours, es una agencia de viajes y operadora profesional de eventos, congresos y convenciones que presta servicios desde 1982, especializándose en el destino Cartagena de Indias. Al analizar sus opciones de receptivo (11), se concluye que 5 de estos están relacionados con el producto cultural, 3 con gastronomía y “rumba”, 2 con naturaleza y 1 con sol y playa.

Los principales atractivos incluidos en los itinerarios son el Centro Histórico/Murallas, el Castillo de San Felipe, el convento de la Popa y la Iglesia San Pedro Claver. En cuanto al paquete de sol y playa, el principal atractivo son las Islas del Rosario.

La información levantada en las páginas web y a través de correo electrónico²¹, permite identificar como las agencias receptoras identifican a la cultura y el patrimonio como los principales recursos para la constitución de sus paquetes. A pesar de esta evidencia, es aún necesario demostrar que esta visión de Cartagena es la misma con la que se vende a nivel nacional e internacional por agencias de viajes, mayoristas y touroperadores y que no solo es el resultado de una opción inmediata de negocio por parte de las agencias receptoras.

Para presentar la información clara, se estudió la composición de paquetes turísticos comercializados por mayoristas y touroperadores (anexo 1), con el único fin de identificar la relación entre el mensaje de venta y la tipología de producto a la que está asociada. A continuación se presentan los resultados:

²⁰ <http://www.tciestrellas.com>

²¹ La información referente a los paquetes turísticos de la agencia de viajes Gematours, fue suministrada por la señora Katia Puello a través de correo electrónico.

De los 19 paquetes presentados, 11 están asociados al producto cultural, 4 a sol y playa, 2 a turismo deportivo, 1 a “rumba” y 1 a wellness. En lo que refiere a la composición e itinerarios de los primeros 11 planes, los atractivos que más se repiten en las visitas son el centro histórico y sus murallas, el castillo de San Felipe, la Catedral, el convento de la Popa y el templo de Santo Domingo.

En lo que refiere a sol y playa, los atractivos más fuertes son las Islas del Rosario²² y las playas de Bocagrande, localizadas a 5 minutos del centro histórico.

Adicionalmente, de acuerdo con lo expresado por Brida, Zapata y Giraldo en 2010, al preguntarle a los excursionistas que llegan a la ciudad en cruceros sobre los lugares visitados durante su estadía, las respuestas fueron: Ciudad Vieja (95%), El Castillo de San Felipe (67%), Centro Comercial Pierino Gallo (58%) y Las Bóvedas (conjunto de locales de artesanías) con un 51%. Los lugares menos visitados fueron el Cerro de la Popa, el Teatro Heredia y las zonas de playa, con menos de un 30% de visitas²³.

La anterior información denota una tendencia fuerte hacia la comercialización del producto cultural en Cartagena de Indias. Ello sumado a la importante oferta de eventos culturales, tales como el Festival Internacional de Cine, el Hay Festival y el Festival Internacional de Jazz, le dan una singularidad al destino para competir en el mercado internacional.

Esta dinámica en el producto turístico y en la llegada de viajeros nacionales e internacionales a la ciudad, ha propendido por la inversión directa en el sector, especialmente en el alojamiento con fines turísticos. En el año 2010, la ciudad contaba con 3.625 unidades habitacionales en el segmento medio alto y alto como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 2
UNIDADES HABITACIONALES EN CARTAGENA DE INDIAS AÑO 2010

HOTEL	HAB
CARIBE	363
HILTON CARTAGENA	341
DECAMERON ROYAL BARÚ	330
HOTEL EL DORADO	321
CARTAGENA PLAZA	315
DECAMERON CARTAGENA	280
ALMIRANTE CARTAGENA	250

²² Las Islas del Rosario se encuentran localizadas a 35 km al suroeste de la bahía de Cartagena. Están constituidas por 27 islas pequeñas y actualmente es considerado un Parque Nacional Natural donde prevalece la realización de actividades relacionadas con la observación de flora y fauna acuática principalmente.

²³ BRIDA, J., ZAPATA, S. y GIRALDO, C. (2010): Análisis del Perfil y Satisfacción de los Pasajeros de Cruceros que visitan el Puerto de Cartagena de Indias. TuryDes.

HOTEL	HAB
HOTEL LAS AMERICAS GLOBAL RESORT	250
HOTEL CAPILLA DEL MAR	203
SOFITEL SANTA CLARA	119
HOLIDAY INN EXPRESS SAN MARTÍN	118
REGATTA	105
CHARLESTON SANTA TERESA	91
DANN CARTAGENA	85
ISLA ARENA	55
SAN FELIPE	50
HOTEL ESTELAR OCEANÍA	46
TEQUENDAMA INN CARTAGENA	28
TCHERASSI HOTEL + SPA	7
SMALL LUXURY CARTAGENA DE INDIAS	32
MONTERREY	30
CASA LOLA LUXURY COLLECTION	24
BANTÚ	23
ZAGUAN DE LA HUERTA	17
DELIRIO	17
CASA LA FE	14
CASABLANCA B Y B	12
CASA DEL CURATO	11
CASA PESTAGUA	11
CASA DEL ARZOBISPADO	10
CASA REAL	10
ALFIZ	8
QUADRIFOLIO	8
EL MARQUÉS BOUTIQUE	8
LA PASSION	8
AGUA	6
CASAQUERO BOUTIQUE	6
AGUAMARINA	5
CASA BOUTIQUE VERANERA	5
CASA EL CARRETERO	3
TOTAL HABITACIONES	3,625

Elaboración propia a partir de datos publicados por Cotelco (Asociación Hotelera Colombiana de Hoteles) e información publicada en páginas webs de los establecimientos.

El incremento en el número de unidades habitacionales, en el segmento superior y lujo para los próximos años se calcula en 1934 unidades.

Tabla 3
INCREMENTO DE UNIDADES HABITACIONALES EN CARTAGENA

HOTEL	2011	2012	2013
Condo Hotel Royal Radisson		90	
Estelar - Playa Manzanillo			88
Karibana Zona Norte			200
Las Américas – Ampliación		279	
Luxus Serrezuela	57		
Melia Cartagena		268	
Ocean Tower		192	
Orient Express		300	
Playa Blanca			330
Royal Cartagena	30		
Seaway 935	100		
TOTAL NUEVAS HABITACIONES	187	1129	618

Elaboración propia a partir de datos publicados por Cotelco (Asociación Hotelera Colombiana de Hoteles) e información publicada en páginas webs de los establecimientos y constructoras.

Lo anterior constata que la ciudad, presenta una dinámica turística importante para los inversionistas nacionales e internacionales que ven una gran oportunidad de negocio en el sector turístico. Lo anterior directa o indirectamente genera beneficios a la comunidad que habita Cartagena de Indias.

Pese a lo anterior (especialización el producto, aumento en las llegadas internacionales, incremento en la inversión en el sector), Cartagena posee problemas sociales asociados principalmente a altos índices de pobreza, delincuencia, prostitución y presencia de ESCNNA²⁴.

VI. CARTAGENA, ¿PARAÍSO O INFIERNO?

Si bien, como lo citan Quintero P, Bernal C y López H (2006), basándose en lo expresado por Monfort Mir (1999), el éxito de un destino está condicionado por la habilidad de los actores del sector para ganar cuotas de mercado y no por los problemas del territorio, la actividad turística está ligada al desarrollo económico de una región y lo mismo debe impactar el desarrollo humano de sus habitantes. Es inconcebible construir un destino fuera del contexto de la ciudad; sin embargo Cartagena lo ha hecho y algunas evidencias de ello son:

²⁴ Siglas para la definición de Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes.

- Cunin E. y Rinaudo C. (2005), definen a las Murallas de Cartagena (principal atractivo turístico de Cartagena), como el símbolo material del desarrollo desigual de dos ciudades.
- “La política urbana, cuando existe, no parece alcanzar la ciudad que se encuentra más allá de las murallas. Alfredo Molano, famoso intelectual colombiano, afirmaba en El Espectador (domingo 7 de noviembre de 2004): “Cartagena está de nuevo sitiada, y no precisamente por Drake, Vermont o el Pacificador Morillo, sino por la pobreza, la miseria y la contaminación. La población de la ciudad se aproxima al millón de habitantes y su tasa de crecimiento es del 2,9%, mucho mayor que la del país, que es 1,9%. La gente menor de 25 años es más de la mitad, lo que crea una enorme demanda de empleo y servicios públicos”.²⁵
- Erradicación completa de 4 barrios localizados a los pies de las murallas, por considerarlos “peligrosos” para la imagen de la ciudad y el desarrollo turístico de la misma.²⁶
- Cunin (2007) afirma que “la ciudad turística está presentada como si fuera un “bien común” cuyo pasado y significado tuvieran un valor para cualquier ciudadano del mundo. Salvo para sus propios habitantes... Cartagena basa su reputación en un patrimonio que excluye a los habitantes de la ciudad, porque les parece reservado a los turistas”²⁷
- La comunidad no tiene participación mayor en la cadena de valor del turismo, lo que impide una reducción de la pobreza. Según la encuesta “Cartagena Cómo Vamos”, la ciudad sigue estando entre las de mayores niveles de pobreza del país²⁸, donde casi 4 de cada 10 ciudadanos son pobres. A lo anterior se suma un alto índice de informalidad, el cual es conocido y mencionado en varios de los estudios sobre la ciudad.

Los tópicos mencionados son solo algunas evidencias de la falta de impacto del sector sobre la ciudadanía. El turismo es la principal actividad económica de la ciudad y a pesar de su

²⁵ CUNIN, E. Y RINAUDO, C. (2005): “Las murallas de Cartagena entre patrimonio, turismo y desarrollo urbano. El papel de la Sociedad de Mejoras Públicas”, Revista Electrónica Memorias.

²⁶ CUNIN, E. Y RINAUDO, C. (2005): “Las murallas de Cartagena entre patrimonio, turismo y desarrollo urbano. El papel de la Sociedad de Mejoras Públicas”, Revista Electrónica Memorias.

²⁷ CUNIN, E. (2007): “El turismo en Cartagena: vendo, luego excluyo”, Revista Noventaynueve, n° 7.

²⁸ Según el proyecto Cartagena cómo vamos, “En 2009, la ciudad con el menor nivel de pobreza fue Bucaramanga con 19% de su población pobre por ingresos y luego Bogotá con 22%; es decir, más o menos 2 de cada 10 personas son pobres. Las que mayor niveles de pobreza registraron fueron Cartagena 36%, Medellín 38% y Barranquilla 41% (duplicando a Bucaramanga), donde cerca de 4 de cada 10 personas son pobres”

desarrollo y especialización en los últimos años, no ha conseguido cambiar la realidad de la heroica, donde los beneficios de su desarrollo aún no toca las capas sociales marginadas de la ciudad, antes bien, se podría inducir que genera mayores inconvenientes, al incrementar el costo de vida, los precios de terrenos y la exposición de los habitantes a la explotación sexual.

VII. CONCLUSIÓN

Cartagena continua siendo el principal destino vacacional en el territorio colombiano. Sin embargo con el tiempo, la ciudad identifica una oportunidad clara de especialización y diferenciación para el mercado internacional. Dicha oportunidad estuvo motivada principalmente por el hecho de haber sido declarada “Patrimonio Cultural de la Humanidad” por la UNIESCO en el año 1984.

Lo anterior, sumado a las deficiencias paisajísticas y de gestión de las playas de la ciudad, llevo al sector público y privado a volcar sus esfuerzos para potenciar y ubicar como principal producto al Turismo Cultural, incluso por encima del de Sol y Playa.

La dinámica en las llegadas de viajeros internacionales a nivel mundial se van incrementando año tras año, siempre y cuando no se presenten problemas de orden público o situaciones que impacten dicho comportamiento. Colombia no ha sido la excepción a este fenómeno y en los últimos años (2005- 2010), creció en un 22.7% anual en promedio. Lo anterior obedece en buena medida a las políticas nacionales del sector, a la decisión de la OMT de incluir nuevamente al país en el panorama turístico mundial y a la especialización de destinos turísticos.

En este último factor, Cartagena dejo de ser la tradicional ciudad de sol y playa y especializó su oferta en el producto cultural, en donde se puede observar una diversificación en los paquetes que incluyen desde los habituales city tours, hasta las escenificaciones de momentos históricos con piratas en baluartes. Allí su mayor valor son los recursos culturales (tangibles e intangibles), que difícilmente son encontrados en otros destinos, lo que genera para el “Corralito de Piedra” una ventaja comparativa sobre sus competidores directos.

El desarrollo del producto cultural en Cartagena no solo ha dinamizado la especialización del producto cultural y la llegada de visitantes internacionales, sino que está incrementando la inversión directa en el sector proveniente de fondos nacionales e internacionales. Prueba de ello es la proyección de 12 hoteles con 1934 unidades habitacionales que entrarán a operar entre el 2011 y el 2013.

A los anteriores esfuerzos del sector privado se suman las iniciativas del sector público desde el nivel regional y nacional, donde uno de los logros más importantes es la definición de la marca ciudad en el año 2010, denominada “Cartagena de Indias, World Heritage City”, en atención a las recomendaciones de aprovechar la declaratoria de la UNESCO como un sello que identifique el valor patrimonial de la ciudad. Desde el ámbito nacional los esfuerzos en términos de promoción con la marca “Colombia es Pasión” y la campaña “El riesgo es que te quieras quedar”, han involucrado el destino en todas sus estrategias de posicionamiento.

Sin lugar a duda, el sector turístico en Cartagena es atractivo y dinámico, sin embargo la población local no percibe los beneficios de esta actividad y por el contrario algunos de ellos se han sentido aislados del desarrollo de esta actividad económica. Los altos índices de pobreza y delincuencia, la prostitución y la presencia de ESCNNA, son solo algunos aspectos que evidencian que la “ciudad turística” se ha gestionado fuera del contexto real de ciudad y que por fuera de la ciudad amurallada, el sector de Bocagrande, Manga y Getsemaní, dicho crecimiento y dinámica no tiene mayor impacto.

Cartagena necesita con urgencia un modelo de desarrollo, con políticas claras, que promueva el crecimiento del sector con fines a un impacto socioeconómico de los reales habitantes de la ciudad. Se debe propender por el desarrollo de las capacidades de los ciudadanos, la satisfacción de las necesidades básicas y la concepción de una ciudad donde el anfitrión la sienta más suya que el turista que llega, donde el valor más grande no sea el patrimonio de la humanidad, sino el patrimonio humano, es decir, el cartagenero.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

AGARWAL, S. (2002): “Restructuring seaside tourism. The resort lifecycle”, *Annals of Tourism Research*, 29, pp. 5-55.

AGARWAL, S. (2002): “Restructuring seaside tourism. The resort lifecycle”, *Annals of Tourism Research*, 29, pp. 5-55.

ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA DE INDIAS, Plan Sectorial de Turismo 2004 “Cartagena de Indias ... Es Nuestro Patrimonio”, 2004.

ÁVILA, F. (2008): *La representación de Cartagena de Indias en el Discurso Turístico*, Cuaderno de Trabajo No 2, México: Proyecto AFRODESC.

BÁEZ, J. y CALVO, H. (2000): Serie de Estudios sobre la Costa Caribe; Balance del turismo regional en la década de los noventa. Casos de Barranquilla, Santa Marta y Cartagena. Cartagena, Departamento de Investigaciones de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

BRIDA, J., ZAPATA, S. y GIRALDO, C. (2010): Análisis del Perfil y Satisfacción de los Pasajeros de Cruceros que visitan el Puerto de Cartagena de Indias. TuryDes, pp. 1–16.

CUNIN, E. (2007): “El turismo en Cartagena: vendo, luego excluyo”, Revista Noventa y nueve, n° 7.

CUNIN, E. Y RINAUDO, C. (2005): “Las murallas de Cartagena entre patrimonio, turismo y desarrollo urbano. El papel de la Sociedad de Mejoras Públicas”, Revista Electrónica Memorias, pp. 1-11.

DI BENEDETTO, A. AND D. BOJANIC (1993): “Tourist Area Life Cycle Extensions: A Step-Logarithmic Approach,” Annals of Tourism Research, 20(3), 557-570.

GRUPO REGIONAL DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD. (2007): Diagnóstico de la competitividad de Cartagena: situación de la ciudad a principios del siglo XXI, Serie de Estudios sobre la competitividad de Cartagena, N°1, Observatorio del Caribe Colombiano y Cámara de Comercio de Cartagena

LEMAITRE, D. (1949): Historia General de Cartagena, tomos II y III. Cartagena, Editorial Bolívar.

MONFORT MIR, V. (1999). “Competitividad y factores críticos de éxito de los destinos turísticos mediterráneos: Benidorm y Peñíscola”, Tesis doctoral, Universitat de Valencia, Enero 1999.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, Tourism Market Trends, 2006 Edition – Annex.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, Panorama Internacional del Turismo 2011.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, Barómetro OMT del Turismo Mundial años 2006, 2007 y 2008.

PORTER, M. (1991). La ventaja competitiva de las naciones, Editorial Vergara, Argentina

QUINTERO P, BERNAL C y LÓPEZ H. (2006): La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado. Serie de estudios sobre la competitividad de Cartagena.

SIERRA, G., MARRUGO, D. Y QUEJADA, R (2004): La actividad del turismo en Cartagena de Indias. Cartagena, Editorial Universitaria.

VERA, J. et al. (1997): Análisis territorial del turismo, Barcelona: Ariel.

VERA, J., LÓPEZ F., MARCHENA. M. y ANTON, S. (2011): “Análisis Territorial del Turismo y Planificación de Destinos Turísticos”. Tirant Lo Blanch. pp. 229.

VIDAL, C. (1998): Los inicios de la industria turística en Cartagena, 1900-1950. Cartagena de Indias, Universidad de Cartagena.

ANEXO 1: COMPOSICIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS COMERCIALIZADOS POR MAYORISTAS Y TOUROPERADORES

Tour operador	Nombre Paquete	Duración	Mensaje con el que es presentada la ciudad	Producto al que está asociado principalmente
Aviatur ²⁹	Cartagena combinado en 5 opciones diferentes ³⁰	4 días, 3 noches	Declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1984, Cartagena suma a los encantos de su arquitectura colonial, republicana y moderna, los atractivos de una intensa vida nocturna, festivales culturales, paisajes exuberantes, magníficas playas, excelente oferta gastronómica y una importante infraestructura hotelera y turística.	Cultural, (Historia y arquitectura)
Aviatur	Cartagena romántica en Hotel Decameron	3 días	¿Busca vacaciones o plan romántico en Cartagena? El plan al Hotel Decameron es una gran opción para visitar esta ciudad reconocida como una de las bahías más bellas del mundo. Ubicado en la playa de Bocagrande y península sur del centro histórico de Cartagena, el Decameron ofrece más que comodidad. La espectacular vista a la ciudad amurallada desde los balcones y los cinco restaurantes de gastronomía internacional son dos de los atractivos de este hotel. Visite la ciudad amurallada con este plan que incluye tiquetes aéreos.	Cultural
Aviatur	Isla Palma, un tranquilo refugio caribeño	3 días	Ubicado en una de las diez islas del archipiélago San Bernardo, el hotel Decameron ofrece una experiencia única con la naturaleza del Caribe colombiano. Isla Palma es uno de los refugios más visitados en esta zona del Golfo de Morrosquillo por sus playas tranquilas y aptas para actividades como buceo, snorkeling y kayak. A tan sólo dos horas en lancha desde Cartagena, el visitante tiene la oportunidad de encontrarse con una biodiversidad increíble: ciénagas, manglares, playas de arena blanca, abundante vegetación y sorprendente fauna mantienen el encanto de Isla Palma.	Sol y Playa

²⁹ Descripción aviatur

³⁰ A que obedece la combinación

Tour operador	Nombre Paquete	Duración	Mensaje con el que es presentada la ciudad	Producto al que está asociado principalmente
Viajes Chapinero	Cartagena, Fin de año	6 días, 5 noches	Diviértase en el día con las diferentes actividades recreativas como clases de baile y aeróbicos. Lo invitamos a descansar y disfrutar en las playas de Boca Grande, a viajar en lancha a las paradisíacas Islas del Rosario, a caminar por la histórica ciudad amurallada apreciando sus monumentos, o simplemente a disfrutar de baños de sol y nadar en los escondites del Caribe.	Sol y Playa Cultura
Viajes Chapinero	Plan Cartagena	3 días, 2 noches	Cartagena de Indias es una ciudad fantástica que guarda los secretos de la historia en sus murallas y balcones, en sus construcciones y en sus angostos caminos de piedra. La magia de Cartagena reposa en los cimientos de sus fortificaciones, la calidez de su gente, la riqueza material de su arquitectura y las infinitas expresiones culturales de un pueblo aguerrido y valiente.	Cultura
Hansa Tours	City tour Cartagena	Menos de 8 horas	Esta ciudad desborda romanticismo y cuenta anécdotas fascinantes en las esquinas de calles y plazas, y en el límite de sus murallas, que aguardan el ocaso para evocar las luchas del pasado.	Cultural
Hansa Tours	Tour a pie Cartagena	Menos de 8 horas	Cartagena vibra como el color de sus fachadas y la brisa del mar llega para refrescar un intenso recorrido por los callejones de la ciudad antigua.	Cultural
Hansa Tours	Atardecer en Velero Cartagena	Menos de 8 horas	La bahía de Cartagena esta considerada como una de las bahías mas bellas del mundo y está incluida en el “World Most Beautiful Bays Club (WMBBC)”. El ingreso de Cartagena en la lista de WMBBC destaca a esta bella ciudad costera colombiana y la convierte en una vitrina de talla mundial por ser no solo una de las más bellas del mundo sino una de las más seguras, gracias a su posición estratégica que la permite estar a salvo de fenómenos naturales como los temidos huracanes.	Sol y Playa
Hansa Tours	Tour Nocturno Cartagena	Menos de 8 horas	Al caer la noche, Cartagena es cálida, irradia luz propia, cobra vida y se transforma. Crea una atmósfera única que enamora a sus huéspedes y los transporta a tiempos olvidados sobre un carruaje guiado por caballos. Desde las murallas, con una hermosa vista al mar, la euforia crece y una	Cultural

Tour operador	Nombre Paquete	Duración	Mensaje con el que es presentada la ciudad	Producto al que está asociado principalmente
			fiesta inagotable espera la llegada de los primeros rayos de sol para llevarse consigo el misterio de la noche	
Hansa Tours	Tour Gastronómico o Cartagena	Menos de 8 horas	En las calles de Cartagena se sienten los aromas que a esta tierra aportaron españoles, indígenas y africanos, que producen una extraordinaria fusión de sabores. Por ello, aquí encontrarás una variada oferta gastronómica con ingredientes frescos que mezclan el coco, el plátano, el mango, el corozo, los mariscos y los pescados de nuestras ancestrales comunidades de pescadores.	Cultural – Gastronomía
Panamericana de viajes	Visita de la ciudad	4 horas	Encuentro con el pasajero en el hotel donde se aloja e inicio de un recorrido panorámico por la ciudad iniciando en el sector turístico de Bocagrande. y continuando hacia la parte central de la ciudad para ingresar al Barrio de Manga, señorial barrio de principios del Siglo XX y donde aún se conservan antiguas casonas de estilo morisco. Durante el recorrido se conocerán monumentos emblemáticos de la ciudad como La Torre del Reloj, El Camellón de los Mártires, el Muelle de los Pegasos, el Monumento a Los Zapatos Viejos como homenaje a un poema sobre la ciudad colonial, saliendo de esta zona central de la ciudad se continua el recorrido lo lleva hasta el Cerro de la Popa donde se ubica la antigua iglesia y convento de Los Agustinos y se tiene una vista panorámica de la ciudad, el recorrido culmina con la visita al Fuerte “Castillo de San Felipe”. Retorno al lugar de alojamiento.	Cultural
Panamericana de viajes	Caminata por la ciudad antigua	4 horas	Encuentro con el pasajero en el hotel donde se aloja y traslado al Centro Histórico para realizar una caminata que empieza en la Puerta del Reloj y llega a la Plaza de la Aduana enmarcada por la Casa de la Aduana hoy sede de la Alcaldía, luego se continua hasta llegar a la plaza de Bolívar donde se encuentra el Palacio de la Inquisición con su portal barroco, la caminata continua por calles como la de Las Damas para descubrir los balcones y ventanales que protegían la vida privada permitiendo también ver que pasaba en las calles, durante la caminata se visitara el Convento e Iglesia de San Pedro Claver considerados durante la época de la	Cultural

Tour operador	Nombre Paquete	Duración	Mensaje con el que es presentada la ciudad	Producto al que está asociado principalmente
			colonia como una de las más imponentes obras de la Compañía de Jesús en estas tierras y la Catedral de la ciudad construida en el Siglo XVI y en la que se destaca el retablo dorado del altar mayor.	
Panamericana de viajes	Paseo en coche	4 horas	Encuentro con el pasajero en el hotel donde se aloja para iniciar un romántico paseo nocturno en coche tirado por caballos. El recorrido lo llevara por las callecitas coloniales de Cartagena de Indias, finalizando el paseo en un restaurante de la ciudad, para disfrutar de una deliciosa cena. Regreso al Hotel.	Cultural
Panamericana de viajes	Islas del Rosario	Un día	El Viaje en una lancha rápida a las Islas del Rosario se inicia en la Bahía de Las Ánimas bordeada por un segmento de las fortificaciones de la ciudad. Las islas del Rosario se ubican al sur de la Bahía de Cartagena de Indias en un área protegida denominada Parque Corales del Rosario y San Bernardo. En el parque Corales del Rosario es posible observar a muy poca profundidad y en aguas cristalinas, especies como algas calcáreas, esponjas, gusanos plumeros, lirios de mar, anémonas y corales blandos, entre otros. Durante la estancia en las islas tendrá la oportunidad de nadar y practicar snorkeling.	Sol y Playa
Panamericana de viajes	Pasadía en Isla San Pedro	1 día	Traslados del Hotel al Muelle y Viceversa para tomar la lancha rápida con destino a la Isla San Pedro de Majagua. Llegada a la Isla para dos inmersiones en sitios diferentes del arrecife	Turismo deportivo
Panamericana de viajes	Mini curso y curso de buceo	1 día	Saliendo de Cartagena de Indias un viaje en una lancha rápida que lo llevara por el Parque Corales del Rosario y San Bernardo hasta la Isla de San Pedro de Majagua, donde pasara el día disfrutando de la fauna y flora de este exuberante parque y de sus dos playas	Turismo deportivo
Panamericana de viajes	Parranda en chiva	4 horas	Encuentro con el pasajero en el hotel donde se aloja para iniciar un paseo nocturno visitando la ciudad colonial y moderna en un bus típico de la región conocido con el nombre de “Chiva”. Durante el recorrido se disfrutara de licores nacionales, un pequeño refrigerio y música colombiana	Rumba

Tour operador	Nombre Paquete	Duración	Mensaje con el que es presentada la ciudad	Producto al que está asociado principalmente
Panamericana de viajes	Volcán del Totumo	6 horas	Ubicado aproximadamente a 50 minutos de Cartagena de Indias el volcán del Totumo expele unos lodos que han sido catalogados como medicinales. Durante la visita al lugar podrá disfrutar los lodos medicinales y luego bañarse en la laguna del Totumo. Incluye: almuerzo típico y baño de mar en Manzanillo del Mar	Wellness

RENEWAL OF TOURISM SUPPLY AND UPGRADING OF CULTURAL AND ENVIRONMENTAL RESOURCES: STRATEGIES AND TOOLS FOR NEW SCENARIOS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN CALABRIA (ITALY)

Authoress:

Gabriella Pultrone

Università Mediterranea di Reggio Calabria

e-mail: gabriella.pultrone@unirc.it

Abstract

The relentless world tourism growth corresponds to the great variety of its local manifestations, with alternating rises and declines of tourist destinations, which should be ready to face the challenges of sustainability.

The concept of tourism sustainability implies that the demand expressed by a growing number of tourists is met so as to continue to attract flows and respect, at the same time, the needs and identity of the local population. There is no future for tourism without sustainability and there is no sustainability without a strategic project that takes into account the complex relationships between locals, visitors, territory and business expectations.

Therefore, the recognition of the strategic role of tourism for the economic and employment growth of a country should be the starting point to define possible strategies, which can reconcile the needs of development with those of protection of the environmental resources, above all in the most sensitive areas, such as the coastal ones. This would lead to a more competitive tourism supply.

Starting from these considerations, this paper refers to a specific Italian context, i.e. the region Calabria, and aims at connecting the research on the tourism evolution and on its effects on landscape changes with the definition of strategies and tools for the restructuring and renewal of well-established tourist destinations as well as for the development of new potentials.

In this context, planning and programming tools should bear new practices of local governance based on the idea of integration and unitary development of the coastal areas (subjected to a high anthropic pressure), the hinterland (increasingly populated and in a state of neglect), the urban systems, the rural fabric of small centres and the naturalist areas.

1. EVOLUTIONARY TRENDS IN CONTEMPORARY TOURISM BETWEEN NEW DEMAND FOR QUALITY AND ENVIRONMENTAL ISSUES

Owing to the different direct, indirect, positive and negative effects produced by tourism activities on territories, tourism development is one of the most crucial challenges in the broader issue of sustainability. It is a problem that should not be underestimated and that should be tackled in time in order to turn it into a privileged tool featuring many strengths: ability to awaken to the respect of the environment; high potential to support traditional and innovative economic activities; ability to foster the improvement of the quality of life. Undoubtedly, if well planned and managed, it can play a key role for territorial rebalancing through the construction of tourism systems, which include mature, emerging and fringe areas, with a view to deseasonalizing flows and promoting typical local economies.

UNWTO data show an upward trend for this economic sector that accounts for 5% of world GDP, contributes to total employment for about 6-7% and, above all, is highly resilient to the economic, political and social problems which attract international attention with different intensity and recurrence. Yet, in spite of this widespread global trend, the phenomenon develops in various ways and situations in the different countries and in their regions and destinations, which experience cyclical moments of rise, stagnation or decline in the phases of recession or structural crisis that have been widely studied by scientific literature.

Thus, it is of paramount importance to understand the ongoing evolutionary trends in order to highlight weaknesses and strengths and then take action with tools that allow to grasp opportunities and reduce risks.

However, tourism policies should take into account a more general plan of local development, which affects any aspect of a territory: identity, networking, innovation, governance, positive social capital, sustainability, responsibility, quality of life, infrastructures, safety and security (Bulsei, 2005; Ercole, 2004; Trigilia, 1999). Tourism development has the potential to boost economy and strengthen the identity of a community. Yet, if it is not managed properly, it may lead both of them to disruption. Therefore, it is fundamental to avoid the slavish application of development models tested elsewhere and rather apply them critically so as to elaborate solutions suitable for the different, and often unique, territorial contexts.

Tourism activities are particularly important for the development of the Mediterranean countries that, since the '90s, have become the first tourist destination in the world. The increase in tourism demand has resulted in a considerable increase in the supply of facilities and of general infrastructures (roads, highways, ports, landing places for pleasure crafts, airports, etc.), which

have been built mostly along the coast and, therefore, have a strong impact on the environmental, natural and landscape conditions. This kind of coastal tourism is associated to the phenomenon, already widespread in certain areas, of “littorization”, i.e. the progressive and increasingly fast movement of people and activities towards the coast, which is leading to the abandonment of the urban and farming areas located in the hinterland and to the construction of a sort of single uninterrupted linear city along the coast (Véron, 2006).

It is generally known that north-western Mediterranean countries, particularly Spain, France and Italy, show the most intensive tourist use and have mature destinations that are facing the challenges of post-Fordism and the changes in tourism demand. Here, tourism has been aimed at instant profit and at medium-term goals for too long, with the purpose to meet the demand of mass tourism by exploiting natural resources beyond their self-restoring capacity and generating social and environmental costs which are far higher than economic benefits.

As the model of intensive mass tourism becomes obsolete, new forms of demand arise. Tourism figures rise and travellers’ modes and choices change, since they are more selective, more aware of the value of their free time and are continuously looking for new experiences and higher levels of quality. Among the most significant trends, worth mentioning are: shorter journeys, but repeated during the same year; greater interest in physically and intellectually active holidays; growing willingness to organize independent holidays not included in Tour Operators’ packages; success of new types of tourism related to culture, nature, health, religion and to the discovery of cultural, food-and-wine and naturalist tourist itineraries; success of theme parks. Furthermore, cultural tourism includes the participation in various events and activities, such as: festivals, music, theatre, shows, gastronomy and tasting of local typical products, visit to historical and religious monuments and to archaeological sites, exhibitions, museums, courses and conferences.

This new trends, which lead to the search for new destinations and products, depend also on the changes in the demographic structure – e.g. the growth of a more cultivated and active *senior* population used to travelling or of increasingly small nuclear families - and on the diffusion of more flexible jobs that induce to organize shorter and shorter holidays. Moreover, the development of new tourism models implies significant changes in the distribution of the active population, traditionally working mostly in the accommodation sector and in complementary services.

Though these aspects are significant, environmental quality and protection of natural resources are always fundamental to keep the competitive advantage of a destination. Therefore, since the

primary component of today's tourism supply is the environment, tourism is increasingly committed to safeguard its high quality.

Generally speaking, as the relationship between sustainability and quality has become stronger and stronger, WTO has declared that to assure the sustainability of tourism means to manage environmental and socio-economic impacts by establishing environmental indicators and maintaining the quality of products and tourism markets. Quality in tourism is "the result of a process which implies the satisfaction of all the legitimate product and service needs, requirements and expectations of the consumer, at an acceptable price, in conformity with mutually accepted contractual conditions and the underlying quality determinants such as safety and security, hygiene, accessibility, transparency, authenticity and harmony of the tourism activity concerned with its human and natural environment" (WTO).

This definition encompasses all the dimensions of sustainable development (social, environmental, economic and institutional) and leads to the development of different actions which aim at achieving quality.

All in all, three-"S" (Sun, Sand, Sea) tourism is no longer enough to meet the requirements of a more and more exacting demand, which is attracted by the unique natural-environmental, cultural and historical-artistic heritage of Mare Nostrum. In this context, natural and cultural resources are a source of knowledge that allows to gather up the threads of the Mediterranean culture, to renew and revitalize declining areas and to enhance unexpressed potentials. Then, since the salvation and conservation of natural and cultural heritage cannot be separated from those of the environment and of the concerned territorial contexts, spatial planning is an essential tool for protection and enhancement as well as for the creation of new spaces of territorial connection within existing urban fabrics (European Council of Spatial Planners, 2004).

Thus, a far-seeing planning, different from standardized tourism development policies, is imperative to upgrade the territory in an integrated way by relating the phase of analysis to the following formulation of strategies of action. However, the achievement of the different goals in the single tourism destinations requires a global approach focussed on tourist satisfaction and based on the principle of sustainable tourism. Such an approach has been defined by the European Commission (2000) as "Integrated Quality Management" (IQM): "...an approach to managing a tourism destination which focuses on an ongoing process of improving visitor satisfaction, while seeking to improve the local economy, the environment and the quality of life of the local community". At the same time, the local communities should always play a vital role in the environmental development and management, in line with Local Agenda 21

(ICLEI,1995) which includes the key environmental, economic and social aspects and is, therefore, a significant opportunity to integrate the different tools for sustainable tourism within a wider integrated strategy.

There also exists a close link between sustainability and tourism competitiveness, as it is shown by *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011* (Blanke, Chiesa, 2011) and by the methodological choices adopted to determine the Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI), which is used to measure the factors and policies able to make the tourism development of a country attractive.

The above-mentioned aspects arouse many open questions: how can the quality of life and the competitiveness of the overall economy of cities and territories be strengthened and not damaged by tourism development? What are the most suitable tools to intercept the ongoing trends in the tourism market, which show an evolution of the preferences towards products that offer the possibility to enjoy unique and high quality natural and cultural resources? How to renew the destinations which risk an irreversible decline and how to enhance unexpressed potentials to achieve territorial rebalancing? What are the possible models of local development and of spatial organization and the most sustainable economic and management forms? These and other problems are the core of the political agenda of many local administrations because local actions, in particular, can give a decisive contribution to face the challenge of sustainability.

In the light of these remarks, after underlining the importance of a close relation between tourism and territorial resources – as shown in various documents which also indicate possible tools for sustainability - (par. 2), and after illustrating the most significant national innovations implemented to face the challenge of competitiveness (par. 3), the paper proposes the case of Calabria (par. 4), a region in the south of Italy, where different situations coexist, between harmonies and dissonances, and need to be set and evaluated within a unitary strategy for tourism, a sector which can certainly lead to an effective and durable future development.

In short, a contribution to the scientific debate on the subject is proposed, with particular reference to the planned or implemented tourism policies and strategies whose success is however linked to the capacity of interinstitutional governance and to the balanced integration between the collective local dimension of the territory and private interests.

2. TOURISM AND TERRITORIAL RESOURCES: AN ESSENTIAL COMBINATION FOR SUSTAINABILITY

The philosophy of sustainable development in tourism differs from the traditional one in the attention to the central role of territorial systems and networks for the strategic development of forms of tourism conceived as a connection between territory and businesses. To plan this phenomenon, so that it can be sustainable, assure profitability and, at the same time, safeguard environmental and cultural resources and create a widespread advantage for the local population, is imperative for all the public and private actors who are committed both in tourism and, more in general, in territory governance.

In the light of these considerations, it would be useful to elaborate a methodological approach that, starting from the analysis of the distinctive local socio-cultural, naturalist, food-and-wine activities, leads to the creation of a product and to resource governance by enhancing the acquisition of methods, tools and multidisciplinary skills to be applied in the planning, management and promotion of local tourism systems within a more general development strategy.

After all, a sustainable destination is, first of all, a sustainable territory where ecological, social and economic equilibriums are always respected in the ordinary activities of the local community, irrespective of tourism. Therefore, the carrying capacity of tourism destinations should never be exceeded if the decay of natural and cultural attractions and the consequent slackening of the tourism market are to be avoided. These are the risks entailed by the lack of an active policy of planning and protection which should prevent businesses and market mechanisms from having negative impacts on the environment or from causing the interest of the tourism market in certain destinations to tail off. In fact, tourism is a complex phenomenon full of contradictions, whose growth is inevitably associated to the consumption of energy and environmental resources.

The problems resulting from the complex and contradictory relationship between tourism development and consumption of resources, as well as from the need to manage the conflicts deriving from the multiple use of the coast, are mostly concentrated – with due difference between countries - along the Mediterranean Basin, where tourism plays a predominant role in terms of flows and as a source of income. Yet, at the same time, tourism has brought about rapid changes which influence dramatically the potential long-term sustainability of coastal ecosystems and of the services they offer (EEA, 2006).

Among the numerous documents which deal with this subject and try to link analysis and proposals, the “Knowledge Resources Guide. Guida alle buone pratiche di Turismo Sostenibile”, edited by the provincial administration of Rimini, aims at creating a common platform to discuss about implemented tools and practices, to continue the process of sustainable management of the resources of the destinations which are mature from a tourism point of view and to define the Best Practices, with a view not only to describing the state of the art of the experiences of sustainable tourism, but also to becoming a useful tool for the implementation of innovative strategies of sustainable development in territories which are not included in the Network of Cities for Sustainable Tourism (coordinated by ICLEI, European Secretariat). According to this guide, the concept of sustainability in tourism requires certain guarantees, such as: an optimal use of the available resources, as a key element of tourism development which can maintain the essential ecological processes and help preserve natural heritage and biodiversity; the respect of the socio-cultural authenticity of the host communities; long-term economic activities which provide socio-economic benefits for all stakeholders; the participation of all stakeholders and a strong political leadership which can assure an increasingly widespread participation and a solid process of consensus creation; a constant monitoring of impacts, which can introduce the necessary preventive and/or corrective measures; the maintenance of a high level of satisfaction for tourists, who should be assured a significant experience able to raise their awareness on the themes of sustainability.

In any case, there should not be a too restricted conceptual definition of sustainable tourism since space should be given to the development of different paths which can be legitimated by the circumstances, as Hunter states (1997). That is why he identifies the following strategies/approaches of sustainable development through tourism: *tourism imperative*, which is weak and whose imperative is to develop tourism through the satisfaction of the tourists’ and operators’ needs; *product-led tourism*, which is basically weak and whose environmental system is considered as secondary compared to the new development or to the maintenance of tourism products; *environment-led tourism*, which focuses above all on the environment and tries to promote attentive tourism able to keep a qualitatively high natural level; *notenous tourism*, whose approach is extremely strong because it limits or excludes tourism from certain circumstances, that is, the economic benefits tourism can bring about are renounced in favour of environmental integrity. Thus, due also to the different existing approaches, the achievement of a sustainable development linked to tourism is very complex. Hunter himself states that it is extremely difficult to think of the formulation and implementation of any approach of sustainable tourism without a strong planning, development and control by local authorities and without the involvement of the local communities in the planning process (Hunter, 1997, p. 864).

One of the tools aimed at assuring the effectiveness of sustainable tourism policies is the Integrated Quality Management (IQM), which is able to achieve a harmonious equilibrium between economic development, protection of the environment and identity of local population. In the document elaborated by the Directorate-General for Research (STOA) of the European Parliament “European Union Action in the Tourism Sector –Improving Support Measures for Sustainable Tourism”, which is a reply to the Com/665/2001, IQM is considered one of the best environmental practices in tourism destinations, together with other tools, such as: Local Agenda 21; Land use planning and development control; Application of strategic environmental assessments and environmental impact assessments; Integrated Coastal Zone Management (ICZM). Though there does not exist a precise formula to successfully carry out a quality project in a coastal tourism destination, a certain number of conditions should be satisfied in order to increase the probability of improvement. IQM is an iterative cyclical process of improvement and participation that, especially in the case of coastal tourism destinations, entails an integrated management policy which involves all the subjects of the destination who work both with the basic tourism supply and with secondary services. Within this process, great importance is given to the indicators of assessment for the tourism impact on the economy, the environment and the quality of life of the population. Such indicators should be quantitative and qualitative and allow to measure: people’s perception of the effects of tourism, of its advantages and harmful factors; the socio-economic effects, the creation of employment and income, the new infrastructures and the improvement of equipment and public services produced by tourism; the real positive or negative impact of any kind of tourism development on the quality of the environment and the incidence of the process on sustainable development. The assessments of the perceived or real impact lead to a fundamental reflection on the parameters to be taken into account, on the choice of the most suitable indicators – to be applied also to the effects on the surrounding areas, in particular, on the rural ones – and on the integration of the collected data in policies and strategies (European Commission, 2000).

The Integrated Coastal Zone Management (ICZM) is also meant as a dynamic process destined to last and evolve in time and to involve all the concerned parties. It aims at aggregating the various policies which influence coastal regions and is implemented through the planning and management of coastal resources and space. Yet, it is not only an environmental policy since it set itself the goal to promote the economic and social wellbeing of the coastal zones. Among the EU recommendations for the ICZM, worth mentioning are: the need of a strategic approach to coastal zone management; a national assessment aimed at identifying the main subjects, the laws and institutions which influence coastal zone management; the use of national strategies in collaboration with the regional authorities and the interregional organizations to apply the principle of integrated coastal zone management; the cooperation with the neighbouring

countries, EU institutions and other groups of interest. In order to achieve these objectives, multiple legislative, planning and economic tools, information campaigns, Local Agendas 21, voluntary agreements and promotion of best practices will be implemented. One of the strategic sectors for the implementation of IMCZ is the territorial sustainability of the settlement growth, which can be achieved through the tools and processes of spatial planning that – thanks to the acquisition and processing of data on land uses and pressures and to Geographic Information Systems (GIS) – is able to understand the dynamics and direct the processes of coastal systems.

More in general, all the documents concerning tourism sustainability are in line with the three key objectives of the EU Sustainable Development Strategy: economic prosperity, social equity and cohesion and environmental protection.

Last, but not the least, the success of public and private social and economic initiatives, based on the principle of sustainability, is closely linked to the quality of landscape, “essential component of people’s surroundings, an expression of the diversity of their shared cultural and natural heritage, and a foundation of their identity” (European Landscape Convention). The recognition of every place as a crucial factor for people’s quality of life and the call to integrate landscape in cultural, environmental, rural, social, economic and spatial and urban planning policies, as well as in the other policies which can influence landscape directly or indirectly, pave the way to interesting prospects about its design through actions of protection, management and innovation.

On an operational level, many European national governments and local authorities have considered the problem of sustainability in the development of their actions of territory governance and tourism development. This process is further strengthened by the obligation to submit also governance strategies for Strategic Environmental Assessment. Nevertheless, the passage from the awareness of the necessity to pursue sustainability to its translation into concrete actions is still difficult because many stakeholders and economic, and often conflicting, interests are involved and because effects can be noticed only in the medium and long term. Yet, already in the short term, it will be possible to understand if efforts are being steered in the right direction or if ongoing adjustments are needed.

3. TOURISM IN ITALY: POLICIES OF RENEWAL TO FACE THE CHALLENGE OF COMPETITIVENESS

Due to its deep interaction with the environment and the territory, tourism is a phenomenon that is closely related to the institutional context and, therefore, often influenced by political choices. Over the last decades, the importance of tourism has been progressively increasing in most institutional regulations because the economic and occupational role of the productive activities of this sector has gained importance and because the formulation of policies and projects of tourism development can help regenerate local resources, implement interactions and networking between local public and private actors and, as a result, strengthen the territorial identities in which institutions themselves are grounded.

In Italy, the relationship between tourism and environmental resources is particularly complex and varied since, on the one hand, certain regions are opting for forms of sustainable tourism, while, on the other hand, tourism development is leading to harmful environmental problems in other areas. This situation demands a joint approach by environmental and tourism policies which should follow the best practices and the most innovative experiences of the regions that are the most advanced in facing the challenge of sustainability.

Available data show that Italy has not fully developed its national tourism potential for long time and that it has realized too late that it should be a cornerstone of local economy. Probably, cultural and environmental tourism has developed early owing to its historical and environmental characteristics and, for long time, this has been considered sufficient even without any planning or attention to the responsibility and sustainability of public policies. Actually, it is clear that if the quality of life is not optimal for locals, it will be even worse for visitors (Savelli, 1998). Moreover, the lack of an adequately careful governance of the delicate passage from the mass tourism of the late industrial revolution to the fragmented tourism demand of the current post-industrial, or post modern period as well as the awareness of all the problems of the sector have made it even harder to take effective action.

Over the last decade, even without a specially devised national strategy, single destinations have used tools for their qualitative improvement, such as Environmental Management Systems, Local Agenda 21 processes and labelling, sometimes exploited as real programmes of integrated management.

The central role of the territory in tourism policies, inspired by certain local and regional experiences, has been nationally recognized by the framework law n. 135 of 29 March 2001, “Reform of the Italian Legislation on Tourism”, with the purpose to enhance the territory and

the local dimension in its complex nature. Though it has come rather late, the law has introduced and elaborated the new concepts about the achievement of sustainable tourism development, i.e. the protection and enhancement of environmental resources, of cultural heritage and of local traditions, and has highlighted the importance of the role of local communities and of the interaction between public and private actors to govern the processes of formation of the tourism product.

In a nutshell, the system proposed by the Law 135/2001 features the following substantial strengths, which have been highlighted in a study conducted by FORMEZ (Palumbo, Marzilli and Montironi, 2007): it is a new form of territorial management of tourism resources that, by creating a system and overcoming existing local interests and fragmentation, can integrate tourism, environment and cultural heritage and boost the complementary relations between all the connected productive activities; it revitalizes the historical characteristics of the Italian business system, which is made up of successful district SMEs and characterized by the capacity to give rise to dynamic innovations in networks and relationships; and, finally, it proposes a concerted bottom-up planning process, which is closely linked with the new concepts of participatory planning. This leads to the need to define innovative strategies, which can go beyond an excessively traditional vision of tourism and of cultural and environmental heritage by encouraging public and private actors to acquire an advanced concept of traditional cultural resources and processes.

In particular, Local Tourism Systems, defined by art. 5 of the above-mentioned law, are projects of upgrading and comprehensive development of a territory based on its tourism, cultural, socio-economic and productive resources. They can be considered as a model of productive specialization of the “local territorial systems”. The public funds they are allocated have the purpose to favour the processes of integration and aggregation between companies, to promote cross-sector and infrastructural actions, to support other projects of innovation and tourism upgrading. Local Tourism Systems envisage a double synergy: between local authorities and between public and private actors, as a guarantee of *integrated management*, not only of primary tourism resources but also of the “typical products of local farming and handicrafts”. Therefore, the law opens new frontiers of tourism in a scenario where the cultural potential is unused or underused owing to the lack of infrastructures, on the one hand, and of projects of enhancement, modernization, upgrading and renewal of the existing supply, on the other hand.

At present, tourism competences are distributed on three levels: a national level (definition of policies and protective laws, coordination); a regional level (concerted action with the government to elaborate guidelines by means of the State-Regions Conference, autonomy in

other fields, institution of Tourism Promotion Agencies, Local Tourism Systems); a local level (functions of tourism planning for Municipalities and Provinces, creation of tourism infrastructures). In relation to this institutional framework, the law extends the role and responsibility of regional bodies and creates, at the different levels, mechanisms of consultation with the private sector, which should lead to an integrated and participatory management of tourism phenomena. In the animated debate on the concepts and tools to assess tourism environmental impact and to establish the tolerable level of change (carrying capacity), in order to provide tourists and locals with a single model, the organization of Local Tourism Systems encourages the application of the new criteria of tourism sustainability, since they mediate and facilitate the relationships between residents and visitors.

The delimitation of these areas should be carried out on the basis of a principle of territorial rebalancing by putting together mature or emerging destinations and fringe areas with the aim to deseasonalize flows and promote local typical economies. The management plans of these systems should become real plans of tourism quality. Though in an extremely heterogeneous way, almost all regions have included Local Tourism Systems in their legislation and, in many cases, they have structured their tourism development plans starting from the delimitation of the areas.

The availability of financial resources is defined by art. 6 with the establishment of a special Co-financing Fund which should support Regions and Autonomous Provinces in their actions to create Local Tourism Systems. As it has happened in many cases, there is a risk that the Regions grasp the opportunities offered by the Fund not to create new products, but to finance their usual activities of promotion of what already exists on their territory (in the form of Local Tourism Systems), as Tourism Promotion Agencies had already done before their closure (Dall'Ara, Moranti, 2006).

Finally, also the new objectives, the strategy, the programmatic solutions and the tourism policies of the current programming period as well as the tools of the Italian Strategic Framework 2007-2013 pursue the main goal to transform local natural, cultural and landscape resources into a competitive advantage, with a view to improving the quality of life of the locals by promoting new forms of sustainable economic development and the tourism attractiveness of the territory.

4. TOURISM IN CALABRIA, FROM SIMPLE “SLOGAN” TO “PROJECT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT”

On a regional and local level, the public administration of tourism is strongly fragmented. In fact, each region has its own organizational and promotional model, which is structured depending on its specific tourism characteristics and on the significance of tourism within the regional economy. Policies are often defined without the capacity to build consensus on shared projects of synergic interaction between the different actors involved.

However, the deep differences that emerge in the various areas, in the poor and in the rich regions and, on a global level, in the South and in the North of Italy, show that the territory is always a social and political matter, a space transformed by the action of a certain society.

In the south of Italy, tourism is certainly undersized compared to the potentials of these areas. The lack of a strong interest of the market towards such destinations does not allow to enhance the excellences existing on the territory and does not encourage a reorganization of resources. In this regions, the introduction of Local Tourism Systems has been also included in the new programming phase, which has been implemented over the last few years through several operational tools (territorial pacts, territorial contracts, programme contracts) aimed at making local actors aware of their responsibilities for the promotion of local development.

The new structuring of the territory into systems derives from the need to create common paths of development for regions that have the same characteristics and problems, with the shared will of evolution, innovation and, above all, great responsibility. In particular, such a responsibility concerns the identification of systems that imply, by definition, the presence and coordinated action of different actors, both in the early phase of identification and programming and, later, in tourism supply and in the proper performance of complementary activities.

Though the Italian Law n. 135/2001 was adopted by the Region Calabria only in 2008 with the Law n. 8 of 5 April 2008 “Reorganization of the Regional Tourism System”, over the last decade, a higher political commitment has emerged. It is directed to the renewal of a territory that has always been traditionally on the fringe of development or has been showing clear disparities between coastal areas, characterized by a higher anthropic (and tourist) pressure, and depopulated, derelict inland areas. Therefore, it is crucial that, according to art. 6 of the above-mentioned law, the reference size of Local Tourism Systems corresponds to a wide territorial expanse which can assure an integrated and competitive tourism supply that includes territories with varied environmental and cultural characteristics. This will lead to the creation of a

differentiated and complex tourism product which should involve the Municipalities of the hinterland and of coastal and mountain areas.

A region, where tourism accounts for 5.9% of GDP, must implement a project of general revival of its tourism system as soon as possible. This is the aim the regional government intends to achieve through the Regional Plan for Sustainable Tourism Development, which is being elaborated, the Strategic Plan for Tourism Marketing and the Integrated Planning for Local Development. Moreover, worth mentioning are also the agreements with important airlines; the “Patto per il sorriso”, which has the purpose to improve welcome services and hospitality through the involvement of all tourism stakeholders; a communication campaign to promote a new image of Calabria on Italian and European markets; and several other significant events. All these initiatives are intended to invest significant European funds to increase the competitiveness of the market by creating new tourism products in order to extend the spatial distribution of tourism activities from the coast to the hinterland and to improve the quality of tourism services.

Thus, Calabria is planning to found its future development on tourism. Yet, as already mentioned, in order to be competitive, tourism should be characterized by high levels of sustainability. As a matter of fact, if natural-environmental and historical-cultural resources are to be qualitatively appreciable and to survive in time, they should be used so as to avoid their qualitative deterioration or, in extreme cases, their definitive depletion.

With reference to the latest forms of tourism, i.e. green tourism, ecotourism, rural tourism, farm tourism, etc., it is clear that the extension of the tourist season throughout the year and for more years becomes a management imperative and entails greater attention to environmental sustainability.

In this context, existing tools should be included in a single strategy aimed at improving the quality of policies, starting from those which are based on the State of the Environment Reporting, on the ecological footprint, on green accounting, on the social budget, on participatory planning, on EMAS certifications, on the promotion of green purchasing and on the strategic environmental assessment.

These aspects are linked indissolubly to those which concern territory governance. In this respect, the Calabrian Town Planning Law n. 19/2002 (Region Calabria, 2002), and subsequent amendments and supplements thereto, pursues the objective to make up for the delays accumulated in the planning and management of the territory, in the governance of urban development and landscape resources, in the lack of consistent development plans and projects

in many municipalities and in the complete ineffectiveness of those which have been adopted, particularly in coastal areas and valleys, to face the rampant spontaneism in the building sector. Its purpose is to implement mechanisms of protection, safeguard and defence of the territory and of the remaining undamaged areas and to avoid further disfigurements and devastations as well as uncontrolled building.

Moreover, the *Memorandum of Understanding* for Calabrian landscape protection, which was signed at the beginning of 2010 between the Region and the Ministry for Cultural Heritage, formalized the long concertation between the Regional Urban Planning Department and the Regional Cultural Heritage Directorate, which had been focussed on the landscape aspects connected with the elaboration of the Regional Framework for Landscapes. The Region Calabria and the Ministry agreed upon the modes of institutional collaboration and the fields of application of the rules for landscape protection, in compliance with the “*European Landscape Convention*”, adopted in Florence on 20 October 2000 and ratified through the law n.14/2006, which binds State and Regions to integrate landscape in spatial and urban planning policies and in all those policies that can impact it directly or indirectly. Thus, the Memorandum will be implemented through Landscape Plans (PPd’A), which will allow to preserve and protect landscape values within the spatial and urban planning originated from the approval of the Regional Framework and the subsequent Structural Plans of Calabrian Municipalities (PSC).

The decision to carry out a system of interventions, aimed at implementing a landscape policy starting from the analysis and the study of degraded situations, is a particularly interesting factor, because it expresses the fundamental recognition of landscape as an asset and a resource for the whole community, in line with the ELC contents. Some of the actions deriving from this commitment and assumption of responsibility are: to be founding members of the *European Network of Local and Regional Authorities for the Implementation of the European Landscape Convention* (RECEP), established under the aegis of the Council of Europe; to have promoted the *Calabrian Landscape Charter*; to have established the *Regional Landscape Observatory*, whose overall objective is to describe and represent Landscape in order to elaborate motivated projects to solve problems of degradation and abandonment; to have started the *Paesaggi e Identità Programme*, as a documentary basis and experimentation for the implementation of the Landscape Observatory.

The transversal analysis on the policies of the cultural sector, within the Unitary Regional Programming 2007-2013 of the Region Calabria (Calabria Regional Operational Plan ERDF 2007-2013; Calabria Regional Operational Plan ESF 2007-2013; Calabria RDP EAFRD 2007-2013: synergies between rural development policies and protection and enhancement of cultural

and landscape heritage; Calabria Regional Implementation Programme FAS (Underused Areas Fund) 2007-2013; Interregional Operational Programme “*Cultural and natural attractors and tourism*” ERDF 2007-2013; Interregional Implementation Programme “*Cultural and natural attractors and tourism*” FAS (Underused Areas Fund) 2007-2013;), shows that there exists a strategy mostly directed to enhance the territory through the promotion of innovative events which can strengthen the relation between local identity and culture. Such events are linked to local traditions, are set in the natural areas and in the places of the culture to be enhanced and are aimed at encouraging sustainable tourism. These strategies entail the involvement of the private sector by promoting innovative public-private partnerships for the management of sites and cultural services.

Evidence of greater awareness on environmental issues and of the need of a fairer and more harmonious future, respectful of the resources of the earth, is the participation of Calabria in Zaragoza World Expo (2008) on the theme “Water and Sustainable Development”. On that occasion, the Region illustrated its new parks, Isola Capo Rizzuto Reserve and the several sites, which have been designated as Special Protection Areas (SPAs) and Sites of Community Interest, and showed that Calabrian seas are guardians of biodiversity and incubators of endemic species.

With reference to the themes of local development and of the importance of participation, a significant experience has been carried out by the group A21L of the Fondazione Field, which has assisted the Department for Environmental Policies of the Region Calabria in activities of support and promotion of the local and territorial systems. The group has pursued the following objectives: to promote tools aimed at guaranteeing the environmental sustainability of development policies; to encourage the participation of civil society in decision-making processes and in the territory management; to support the programming and implementation of actions which could meet the citizens’ needs; and, finally, to identify and systematize the so-called “Best Practices”. Indeed, the fundamental goal of Local Agenda 21 process is to create a system which can help municipalities boost sustainable development in any sector and to encourage the application of its basic principles also to mass tourism, thus reducing long-term environmental impacts.

In the specific case of Calabrian Regional Administration, Local Agenda 21 pursues its objectives by implementing the same processes of territorial programming and integrated planning in local actions which aim for a bottom-up sustainable development through a shared

process that assures the integration with the other activities of the Administration and interacts with top-down processes in a global and long-term prospect of research of innovative solutions.

The Monitoring Report (Fondazione Field, 2009) shows that Local Agenda 21 processes are mostly diffused in the regions in the centre and north of Italy, where the highest number of local bodies, which have started a participatory process of Local Agenda 21, has been recorded. Yet, it also shows that interesting and innovative experiences exist even in the south of Italy. Nevertheless, these regions do not provide yet a favourable climate for a full success of this tool of confrontation, dialogue and decision-making on a local level. In the Region Calabria, some 61 local authorities are committed in Local Agenda 21 processes but only few of them have really started the process. The same document has added the pillar of legality to the three pillars of Local Agenda 21 – Social, Economic and Environmental – since there cannot be sustainable development without the respect of rules.

The most significant result is that there does not exist yet a regional A21 network owing to the lack of an intermediate level between the regional administration and the implementing parties. To construct capital and provincial nodes, which can produce local nodes to be included in the network, will give rise to a system of exchange and flow of information and initiatives that is the foundation of the success of A21. To originate A21 processes, which are isolated from the territorial context, and to include them in a network means to provide other authorities with solutions concerning related themes and to strengthen one's own actions.

Public opinion is increasingly aware of the need to construct a model of global development respectful of social life and of the environment. In this scenario, the most reliable regulatory tool seems to be the Environmental Approval Certificate, which, together with an effective model of sustainable development and with Local Agenda 21 consultation roundtables, can become a means to connect the different actions and best practices carried out on the territory. Monitoring becomes also a springboard for new ideas and analyses that can help overcome the impasse caused by local problems.

5. CONCLUSIONS

What has been expounded above is founded on the conviction that tourism should be tackled with a systemic approach, which can go beyond a sectoral perspective. If tourism is to be considered as a tool to support and steer regeneration and economic development as well as to improve the quality of life of visitors and host communities, then it should become an integral part of a wider development plan that should include cities and territories in their complex

relations. Therefore, it should involve multiple aspects related to the processes of territory governance, to the richness and variety of naturalist-environmental and historical-cultural resources, to the social and relational capital, to the capacity of governance meant as a system of relationships between institutions, organizations and individuals that leads to joint choices and to their implementation (Ascher, 1995).

The analysis of the evolution of tourism development dynamics shows weaknesses that are common to many countries and geographical areas. In particular, such problems concern the inadequacy of planning tools and the lack of coordination in urban development planning, in the use of the tools for spatial planning, in sectoral plans and in Local Agenda 21 processes. Then, on the one hand, it is of the utmost importance to identify the local factors of tourism attraction and of localization of the necessary tourism services; on the other hand, it is crucial to determine their territorial impact, the possible models of local development and spatial organization, the most sustainable economic and management forms, the quality and competitiveness of the territorial systems (Vera Rebollo, Baños Castiñeira, 2010). In this way, tourism can become a fundamental resource for the development of coastal and inland areas, which can translate the growth of urban tourism and the new demand for rural tourism, farm tourism and green tourism into a decisive element for sustainable development.

In the particular case of Italy, the revival of tourism demands considerable efforts – above all if the critical national and international economic situation is taken into account – to improve infrastructures, especially those concerning mobility, and to raise the level of attention and social control for the security of tourists and the protection of landscape-environmental and cultural resources.

Tourism, which, in the past, drove the massive construction of buildings in the process of coastal urbanization, can now drive landscape regeneration and the revival of the economy of seaside destinations and of their hinterland. It is essential to understand how it diversifies and which trends it follows, so as to grasp the opportunity to improve tourist appeal by investing on urban and environmental quality and on accessibility and public transport, according to a logic which leads to the increase in the services offered to tourists and locals. The diversification of the supply is a strategy to be integrated in the projects of urban upgrading and coastal development, with a view to triggering processes of territory regeneration that are environmentally friendly and sustainable (Farnè, 2007).

Considering the variety and richness of environmental and cultural resources, tourism is reckoned a decisive factor in sustainable development policies also in the regions in the south of Italy. In particular, Calabria is trying to close the gap with the rest of Italy and to raise its level

of competitiveness by means of certain tools and of European structural funds. Its strategies aim at diversifying tourism supply in order to decongest seaside resorts and offer consumers a wider range of choices to spend their holidays; at deseasonalizing tourism demand to dampen its pressure in the middle of summer and to extend interest to other periods. It is a hard task but it seems that steps are taken in the right direction, provided that, at the same time, a wider and far-seeing process of management of the territory and of its resources is carried on.

The history of tourism development shows how important the role of local public bodies has been, and is still, to develop the culture of hospitality, since they bear the general interests of the territory they represent. Tourism is an elective field of development for the principle of subsidiarity. The factor of change depends on the capacity to coordinate general interests with the instances, initiatives and, above all, the will to participate expressed by the private sector, i.e. by those who produce and live on the incomes generated by tourism, which, as it is well known, is a fundamental and irreplaceable sector for the economy of the future.

Finally, in order to achieve effective and lasting results, it is essential to implement a strategy of development which is integrated vertically (integrating with national and regional plans and steering the local development programmes) and horizontally (integrating with town and territorial plans, the economic development plan, the transportation plan and all plans concerning education and training).

REFERENCES

ASCHER, F. (1995): *Metapolis ou l'avenir des villes*, Paris : Odile Jacob.

AUGÉ, M. (1992): *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris: Editions de Seuil.

BIASI, M., RIGHETTI M. (EDS.) (2010): *Nono Rapporto sul turismo*. Retrieved April 15, 2010, from <http://www.regione.calabria.it>.

BLANKE J., CHIESA T. (eds.) (2011): *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn*. Geneve: World Economic Forum.
http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf.

BULSEI, G.L. (2005): *Ambiente e Politiche Pubbliche*, Carocci, Roma.

CHOAY, F. (1992): *L'allegorie du patrimoine*. Paris: Editions de Seuil.

CICERCHIA A. (2009): *Risorse culturali e turismo sostenibile. Elementi di pianificazione strategica*, Milano, Franco Angeli.

COMMISSIONE EUROPEA (2000), *Per un turismo costiero di qualità. La Gestione integrata della qualità (GIQ) delle destinazioni turistiche costiere*, Bruxelles, from http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=512.

COMMISSIONE EUROPEA (2002): *Sistema di rilevamento tempestivo per identificare le destinazioni turistiche in declino e le migliori pratiche di prevenzione*, Direzione generale Imprese Unità Turismo, Lussemburgo, from

http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/early_warning_system/early_warning_it.pdf

COMMISSIONE EUROPEA (2007), *Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo*. COM(2007) 621. Bruxelles. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0621:FIN:IT:PDF>

COMMISSIONE EUROPEA (2010), *L'Europa, prima destinazione turistica mondiale – un nuovo quadro politico per il turismo europeo*. Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni. Bruxelles.

http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/communications/communication2010_it.pdf

CSIL-Centre for Industrial Studies in collaborazione con Touring Servizi (2008): *L'impatto del turismo sulle zone costiere: aspetti relativi allo sviluppo regionale*, Bruxelles, Parlamento Europeo, from www.europarl.europa.eu/activities/expert/eStudies.do?language=EN PE 397.260

CONSIGLIO EUROPEO DEGLI URBANISTI (2004): *La Nuova Carta di Atene 2003. La visione del CEU per le città del 21° secolo*, Firenze, Alinea.

DALLARI, F (2004): "Sviluppo e ricomposizione territoriale: sistemi locali e turismo", in A. SAVELLI (ed.), *Turismo, territorio, identità. Ricerche ed esperienze nell'area mediterranea*, Milano, Franco Angeli: 285-306.

DALL'ARA, G. and MORANDI F. (2006): *I Sistemi Turistici Locali. Normativa, progetti e opportunità*, Matelica, Halley.

ERCOLE, E. (2004): Il giardino dei sentieri che si incrociano: identità locale, capitale sociale, governance e reti come fattori innovativi di sviluppo locale, Futuribili, Franco Angeli, Milano, pp.336-353.

ESPON (2006): Territorial dimension of the Lisbon/Gothenburg Process, PROGRAMME – INTERREG III, Lead Partner CEIS, University of Rome Tor Vergata.

EEA (2006): EEA Briefing - The continuous degradation of Europe's coasts threatens European living standards, 3, from http://www.eea.europa.eu/publications/briefing_2006_3

European Parliament and Council of (2002): Recommendation of the European Parliament and of the Council of 30 May 2002 concerning the implementation of Integrated Coastal Zone Management in Europe (2002/413/EC), from

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32002H0413:EN:NOT>

FARNÈ, E.(ed.) (2007): Nuovi paesaggi costieri. Dal progetto del lungomare alla gestione integrata delle coste, strategie per le città balneari, Bologna, Centro Stampa della Giunta Regione Emilia-Romagna

FONDAZIONE FIELD (2009): Rete Agenda 21 Calabria, “Calabria sostenibile, il futuro inizia oggi”. Rapporto di monitoraggio Agenda 21 Calabria, from http://www.michelemenniti.it/files/Agenda%2021%20%20Rapporto%20di%20Monitoraggio_2009.pdf

FOWLER, P.J (2003). World Heritage Cultural Landscapes 1992 - 2002. UNESCO World Heritage Centre. Parigi, Francia.

GEMMITI R. (2006): Sviluppo sostenibile e sistemi turistici locali. Spunti di riflessione dall’Europa. http://geostasto.eco.uniroma1.it/utenti/gemmiti/rapp_atripaldi.pdf.

GESAMP, (1996): The Contributions of Science to Coastal Zone Management. Rep. Stud. GESAMP, IMO/FAO/UNESCO-IOC/WMO/WHO/IAEA/UN/UNEP Joint Group of Experts on the Scientific Aspects of Marine Environmental Protection. 61: 66.

GST (2007): Azione per un turismo europeo più sostenibile, Rapporto del Gruppo per la Sostenibilità del Turismo, from

http://www.wwfnature.it/images/stories/PDF/dossier_turismo/AZIONE_per_UN_TURISMO_EUROPEO_PIU_SOSTENIBILE.pdf

ICLEI (1995): European Local Agenda 21 Planning Guide – How to engage in long-term environment action planning towards sustainability?, Brussels: European Sustainable Cities & Towns Campaign.

INGALLINA, P. (ed.) (2010): Nuovi scenari per l'attrattività delle città e dei territori. Dibattiti, progetti e strategie in contesti metropolitani mondiali. Milano: FrancoAngeli.

LANDI, S. (ed.) (2003).I sistemi turistici locali per lo sviluppo di turismo e ospitalità del Mezzogiorno.

MALCANGIO L., TREU M., TRIMARCHI M. (eds.) (2007). Archeologia, Turismo e Spettacolo, Roma: Formez- Ufficio Stampa e Editoria.

MINISTERO DELL'AMBIENTE E DELLA TUTELA DEL TERRITORIO, MINISTERO DELL'ECONOMIA E DEL TESORO, TASK FORCE DELLE AUTORITÀ AMBIENTALI: Fondi Strutturali 2000-2006. Politiche strumenti per la sostenibilità del settore turistico, in <http://www.reteambientale.it/Doc/07%20politiche%20e%20strumenti%20per%20la%20sostenibilit%C3%A0%20del%20settore%20turistico.pdf>

PALUMBO, F. MARZILLI, P. E MONTIRONI M. (Eds.) (2007): Esperienze e prospettive di sistema nel turismo, Roma: Ufficio Stampa ed Editoria Formez.

PARLAMENTO ITALIANO (2001): Legge 29 marzo 2001, n. 135 “Riforma della legislazione nazionale del turismo”, from <http://www.camera.it/parlam/leggi/011351.htm>

POLLICE, F. (2002): Territori del turismo, Milano, Franco Angeli.

PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI-DIPARTIMENTO PER LO SVILUPPO E LA COMPETITIVITÀ DEL TURISMO (2008): Attrattività e immagine turistica del Mezzogiorno, Roma, from http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/files/ONT_2008-10-07_02002.pdf

PROVINCIA DI RIMINI: Knowledge Resources Guide. Guida alle buone pratiche di Turismo Sostenibile, documento preparato nell'ambito del Progetto SuVot (Sustainable and Vocational Tourism)- Interreg III C Program, Bologna, Settore Economia e Attività Turistiche del Comune di Bologna, from

http://www.turismosostenibile.provincia.rimini.it/ts_archivio/view.php?nometabella=ts_archivio&lingua=&id=40

- PULTRONE, G. (2010). Tourism for a Sustainable Redevelopment of Towns and Territories. Ponencias del Congreso SB10mad. Edificación sostenible, Revitalización y Rehabilitación de barrios. Retrieved July 19, 2010, from <http://www.sb10mad.com>.
- PULTRONE, G. (2011): “The Mediterranean Cultural Heritage Between Conservation Needs and Growing Tourist Demand: Strategies and Instruments”, Paper presented at Heritage 2011. Conservation of Architecture, Urban Areas, Nature & Landscape: Towards a Sustainable Survival of Cultural Landscape. Held in Amman, Jordan: March.
- REGIONE CALABRIA (2002): Legge Regionale 16 aprile 2002, n. 19. Norme per la tutela, governo e uso del Territorio. Legge urbanistica della Calabria, modificata e integrata dalla Legge regionale 24 novembre 2006, n. 14, from <http://www.consiglioregionale.calabria.it>
- REGIONE CALABRIA (2008): Legge regionale n. 8 del 5 aprile 2008. “Riordino dell’organizzazione turistica regionale”, from <http://www.regione.calabria.it>.
- REGIONE CALABRIA-ASSESSORATO URBANISTICA E GOVERNO DEL TERRITORIO (2009): Quadro Territoriale Regionale a Valenza Paesaggistica. Calabria in cambiamento: governare il presente e progettare il futuro. Ufficio del Piano per la redazione del QTR, from <http://www.urbanistica.regione.calabria.it/qtr/>
- REGIONE CALABRIA-ASSESSORATO AL TURISMO (2011): Calabria 2011. Undicesimo Rapporto sul Turismo. Cosenza: K S Edizioni.
- ROSSI, S. (ed) (2005): Invito alla lettura. Calabria regione mediterranea, Reggio Calabria, Iiriti Editore
- SAVELLI, A. (1998): Sociologia del turismo, Milano, Franco Angeli.
- SAVELLI, A. (ed.) (2008). Spazio turistico e società globale, Milano: Franco Angeli.
- SCAGLIONE, G. (Eds.) (2008): Calabria in trasformazione: progettare il futuro governando il presente. Urbanistica, 137: 117-132.
- TRIGILIA, C. (1999): “Capitale sociale e sviluppo locale”, Stato e Mercato, 57:419-440.
- TRUNFIO, M. (2008): Governance turistica e sistemi turistici locali. Modelli teorici ed evidenze empiriche in Italia, Torino, Giappichelli.
- UNEP/ICLEI (2003). Tourism and Local Agenda 21. The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism

UNEP (2004) : Lignes directrices pour une regeneration urbaine dans la region mediterraneenne.

UNIONE EUROPEA - REGIONE CALABRIA - REPUBBLICA ITALIANA (2007).

Programma Operativo Regione Calabria FSE 2007-2013, from

http://www.regione.calabria.it/calabriaeuropa/allegati/prog_2007_2013/por_fse/por_calabria_fs_e_2007_2013.pdf

UNIONE EUROPEA - REPUBBLICA ITALIANA: Programma Operativo Interregionale

(POIn) “Attrattori culturali, naturali e turismo” delle Regioni dell’Obiettivo Convergenza, from

http://www.dps.tesoro.it/documentazione/QSN/docs/PO/In%20adozione/POIN_Attrattori_Decis_o.pdf

UNWTO/UNEP (2005). Making Tourism More Sustainable. A guide for policy makers

VALENTINO, P. A., MISIANI, A. (EDS.) (2004): Gestione del patrimonio culturale e del territorio, Roma: Carocci.

VERA REBOLLO, J. F. AND BAÑOS CASTIÑEIRA C. J. (2010): “Renewal and Restructuring of Consolidated Coastal Tourist Destinations: Recreational Practices in the Evolution of Tourist Space”, in Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 53: 419-425.

VERON, J.(2006), L’urbanisation du monde, Paris: La Découverte.