

EL OBSERVATORIO DE LA REGIÓN TURÍSTICA Y EL DESARROLLO SUSTENTABLE. UNA EXPERIENCIA DE ALIANZA Y OPERACIÓN ENTRE ACTORES DIVERSOS

Alfredo A. César Dachary¹

Universidad de Guadalajara - México

Stella Maris Arnaiz Burne²

Universidad de Guadalajara – México

<http://orcid.org/0000-0002-6366-2218>

Recibido: 07/05/2018

Aprobado: 25/07/2018

Resumen

Este texto es fruto de un proceso que sintetiza el proyecto general de formulación e implementación del Observatorio Integral de la región turística de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas, en México. Se limita al planteamiento teórico, a partir de definir los objetivos y el marco de ubicación que llevó a presentarlo como una alternativa diferente a los observatorios turísticos disciplinarios, y es la necesidad de tener una visión de conjunto del fenómeno y los actores en diferentes niveles, base para poder formular una propuesta de desarrollo sustentable.

También se le suman al mismo nuevos elementos derivados de dos años de aplicación y cambios en las coyunturas que sirvieron de marco a su formulación, porque un Observatorio es instrumento complejo en permanente transformación, ya que su “materia

¹ Doctor en Ciencias Sociales. Universidad de Guadalajara, México; adachary7@hotmail.com

² Doctora en Antropología, Universidad de Guadalajara, México; stellaarnaiz@yahoo.com.mx

prima” es la sociedad de acogida y los turistas, además de todo el clúster que abarca el mismo, todos elementos en constante cambio y adecuación.

Palabras Clave: Turismo - Región - Clúster - Desarrollo sustentable.

Abstract

This text is the result of a process that synthesizes the general project of formulation and implementation of the Integral Observatory of the tourist region of Puerto Vallarta and Bahía de Banderas, in Mexico. It is limited to the theoretical approach, from defining the objectives and location framework that led to presenting it as a different alternative to the disciplinary tourism observatories, and is the need to have an overview of the phenomenon and the actors at different levels, basis to formulate a proposal for sustainable development.

New elements derived from two years of application and changes in the conjunctures that served as a framework for its formulation are also added to it, because an Observatory is a complex instrument in permanent transformation, since its "raw material" is the host society and tourists, in addition to the entire cluster that covers it, all elements in constant change and adaptation.

Keywords: Tourism - Region - Cluster - Sustainable development.

1. Introducción

Ante la dinámica de las transformaciones en la producción y las tecnológicas y su incidencia en la sociedad, una de las primeras funciones de un Observatorio, para que puede ser considerado como un instrumento de vanguardia, es que éste se adelante a los hechos, que son la base de nuevas transformaciones o adecuaciones al modelo.

De allí que su función principal no se limita a la información amplia, veraz, actual y fundamentada, sino que debe ser un instrumento que se adelante a los hechos, para evitar caer en errores y así se posibilita en mucho al acierto de las decisiones tanto de las empresas como de las administraciones municipales, provinciales o nacionales tomen, ante fenómenos o nuevas tendencias que impactarán a un destino turístico, definido este

último como un modelo de desarrollo dentro del sistema hegemónico.

En esta experiencia se planteó un análisis integral que es fundamental, para poder tener la visión del modelo de desarrollo y sus efectos, consecuencias o externalidades, la participación de los ciudadanos y grupos sociales, ya que éstos son elementos necesarios para lograr la sostenibilidad y la gobernanza, así como profundizar el sentido democrático de la convivencia social lo que ayuda a una mayor transparencia y control de los planes y de las políticas puestas en marcha.

La sociedad misma es compleja y multifacética, por lo que el campo del Observatorio es tan grande que es preciso limitarlo, tanto en los aspectos a estudiar como en la secuencia temporal del suministro de datos, y éste es un proceso permanente ya que se suman nuevos problemas y hace falta aplicar nuevos indicadores sin descuidar los anteriores.

Por ello hay que seleccionar los aspectos más importantes y de significación para poder medir los problemas de la sociedad y distinguir en cada uno con qué periodicidad y de qué manera ha de hacerse el seguimiento de su evolución, sin que esto descarte futuros cambios, según aconsejen la evolución del desarrollo de la entidad, las mejoras de la información o la incorporación de objetivos nuevos en las políticas públicas y en las decisiones de mercado.

Los Observatorios tienen siempre un sentido tendencial o de seguimiento de coyuntura, debiendo estar enmarcados dentro de un sistema general de información, ya que no están orientados a remplazarlos o anularlos sino a complementarlos y generar verdaderos mecanismos que aseguren una lectura correcta de los diferentes indicadores que detectan problemas emergentes.

El carácter transversal de la actividad turística implica en su funcionamiento muchos aspectos de la actividad social ajenos a lo que se reconoce propiamente como de la actividad turística, por lo que también abarca informaciones referentes a actividades inmobiliarias, de la industria de la construcción, culturales, medioambientales, deportivas, comerciales, de servicios públicos y privados, entre los más significativos.

El territorio de análisis de este Observatorio es la región turística de Bahía de

Banderas, una región con una gran diversidad de paisajes y de recursos y, a la vez, contrastantes niveles de desarrollo, y que está enmarcada en una macro región turística formada por los Estados de Nayarit, Jalisco y Colima, la región más importante del turismo del Pacífico, conocida también como “El triángulo de oro”.

Desde la perspectiva del desarrollo del turismo es aún mayor ya que la misma se articula hacia el norte con la Riviera Nayarit que llega a San Blas, un corredor de más de 100 km de línea de costa y hacia el sur con el corredor Costalegre con más de 400 km de línea de costa, sin contar hacia el norte de San Blas donde comenzará el mega proyecto de la Escalera náutica del Mar de Cortés, que abarca 2,000 km, parte de los 11,000 km de costas que tiene la República Mexicana.

2. Antecedentes - Objetivos - Características

Los Observatorios en el campo social emergen en el comienzo de la segunda mitad del siglo pasado cuando, en 1962, Robert C. Wood propone que las políticas urbanas sean tratadas como un fenómeno científico y sometidas a la observación (Angulo, 2009).

La nueva emergencia de los Observatorios integrados a diferentes disciplinas o temas en el marco de las Ciencias Sociales y Humanidades se da a fines del siglo XX y comienzo del actual, muchos promovidos desde la sociedad civil, desde las universidades y otros desde el Estado.

Así el Observatorio puede ser definido en su versión más simplificada como un informe de coyuntura, que proporciona información sobre un campo concreto de las actividades humanas. Pero en este caso, el turismo que es el eje económico de la región de Bahía de Banderas, y que por ello transforma a toda la región, este instrumento ayuda en la toma de decisiones y para adoptar nuevas políticas, que son la futura base para la planificación sustentable de la misma.

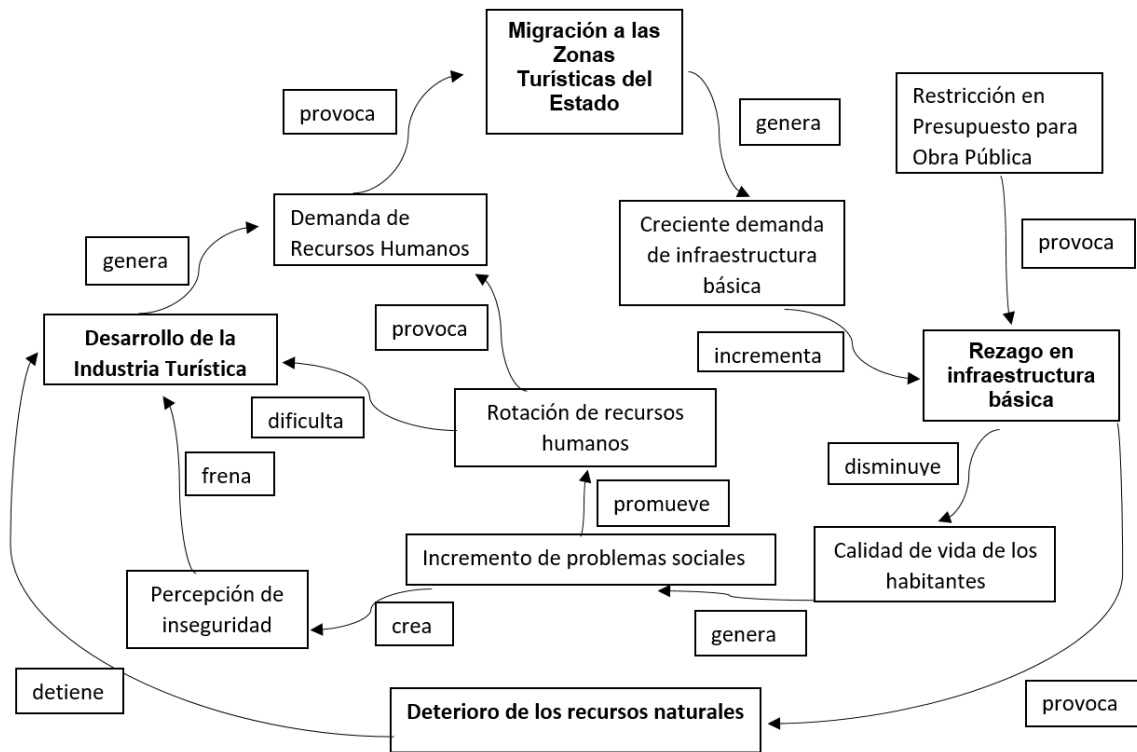


Imagen 1 - Migración a las zonas turísticas del Estado

Entendido como modelo, el Observatorio incluye transversalmente a muchas actividades de la sociedad, que mal integradas son las bases para un desarrollo insostenible, que afecta al turismo y que a nivel teórico la denominamos: Turismo como modelo integral (César y Arnaiz, 2012).

Por ello es que un Observatorio de base económica turística y de perspectivas amplias, o sea, con una visión interdisciplinaria a partir de una perspectiva de totalidad, tendría las siguientes características: (Torres, 2008)

- Es un instrumento de ayuda a la toma de decisiones de la iniciativa privada, los gobiernos municipales, federales y estatales en este territorio que se identifica como mayoritariamente turístico.
- Permite una lectura a través de indicadores e informes de toda la región, la operativa como es la zona turística y la de apoyo como es la sociedad de acogida.

- Es un instrumento para controlar los resultados y eficacia de las políticas económicas, sociales y ambientales y ayuda a su posible corrección.
- Es la base para la elaboración de diagnósticos periódicos en los destinos donde se aplica y para la elaboración de modelos de predicción de las principales variables turísticas y sociales a corto plazo, y de los requerimientos de políticas públicas para atender la deuda social que se va acumulando y es la fuente de grandes amenazas para el modelo.

Por ello, el Observatorio turístico persigue aportar a las empresas del sector, lo que la Organización Mundial del Turismo (OMT) llama empresas características del turismo, datos reales y continuados en el tiempo de la característica de la demanda turística, con el objeto de mejorar la competitividad del producto (SOPDE, 2001).

3. El referente teórico

La Escuela Económica del turismo fue en la primera parte del siglo XX la pionera al ver a este fenómeno “el turismo” como un hecho económico, y se basaba en el utilitarismo planteado por Stuart-Mill y Bentham, por lo que llegan a definirlo como un producto (César et. al., 2018).

Esta posición fue continuada por varios españoles entre los que destacan Manuel Figuerola, quién definía al turismo: “Es un acto que supone desplazamiento que conlleva el gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios, que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa” (Figuerola, 1990: 15).

En los 60’ comienza a verse un nuevo enfoque de las Ciencias Sociales en el turismo, así en 1963 Núñez, plantea desde el enfoque antropológico, el tema del turismo como proceso de aculturación, un tema central hoy olvidado, expreso ya que vamos a una nueva recolonización con una cultura global generada desde el centro.

En 1968, Berlyne plantea un enfoque global al sostener que la vida humana en su totalidad trata de mantener un nivel ideal de emoción y busca fuentes artificiales de estímulo con el fin de compensar las carencias e insuficiencias de su medio natural, y allá

está el turismo, anticipándose a McCannel en pocos años.

Y así comienzan las lecturas críticas de la mal llamada “industria sin chimeneas”, cuando Mishan en 1969, sostiene que los límites del turismo son la existencia de conflictos de intereses entre turistas, agencias, industria y los gobiernos, y que por ello la promoción del turismo masivo no produce la democratización del viaje, se trata de una ilusión que destruye los lugares que están siendo visitados (César et. al., 2018).

Tres años antes aparece el Pacto Internacional de los Derechos Sociales, Económicos y Culturales, donde se consagra el derecho al turismo como un hecho social y el derecho al descanso como una necesidad humana (Jiménez, 1990).

Shivjim, en 1973, plantea un tema que luego se profundizará, la relación del turismo como un nuevo neocolonialismo y en un enfoque intermedio Erick Cohen plantea en 1974, el turismo como una forma hospitalaria mercantilizada.

El primer análisis integral lo realiza De Kadtz en su clásico libro: “Turismo ¿pasaporte al desarrollo?” donde analiza al turismo en base a experiencias de desarrollo en diferentes países, especialmente en la periferia. El trabajo muestra los altos costos de los países emergentes y se adelanta de lo que será una constante en el futuro de éstos en su relación asimétrica con el turismo (De Kadtz, 1991).

Desde la Antropología, a fines de los 70, aparecen los estudios de Dennison Nash, que han llegado con mayor profundidad al tema central del turismo en su relación con el sistema dominante, afirmando que el turista es como el empresario o comerciante, un agente de contacto entre dos culturas y, por ende, son inductores de cambio cuando la que visita es menos desarrollada de la que proviene. La posibilidad que un pueblo originario acepte voluntariamente y que participe en estas transacciones que benefician a los de afuera es parte esencial del Imperialismo. De allí que hay una necesidad de una teoría general que abarque a todos los tipos de turismo y relaciones entre países y pueblos de diferentes niveles (Nash, 1991).

Un nivel de análisis del turismo que lleva a temas de mayor profundidad a fin de poder entender qué papel juega el turismo en la sociedad de consumo, analizando sus imaginarios y la función del turismo en esta nueva sociedad, la cual es muy diferente a la

del comienzo de la misma en el siglo XIX.

En los 70 – 80, McCannell sienta las bases de un estudio más amplio sobre el turismo y sostiene que el término turista tiene para él dos acepciones: por un lado, los visitantes, mayoría de clase media que se encuentran en el mundo en busca de experiencias y, por el otro, los turistas como uno de los mejores modelos del hombre moderno en general.

McCannell partió de la Antropología estructural, que permite analizar hechos religiosos y primitivos, se adecuó para estudiar la modernidad, los “modernos” que creen que la autenticidad se encuentra en otra parte, en los períodos de vida pasados, más puros y simples. La tesis central de éste es que la expansión empírica e ideológica de la sociedad moderna está íntimamente relacionada de diferentes modos con el ocio moderno de masas, en especial, con el turismo internacional y para ello utilizó el método que usó Irving Goffman, que permite la reconstrucción de la vida cotidiana siguiendo los contornos de una interacción cara a cara.

McCannell afirma que siguiendo a los turistas podemos llegar a una mejor comprensión de nosotros mismos y así a los turistas se les acusa de una visión superficial de la sociedad, pero a los científicos sociales también. Los turistas son proveedores de valores modernos en el mundo entero al igual que los científicos sociales y ambos, turistas y los científicos sociales comparten la curiosidad sobre los pueblos primitivos, minorías étnicas y otras clases (McCannell, 1999).

Hoy, la Sociología del Ocio se ha desarrollado tan rápidamente como la sociedad post industrial y es que el ocio está remplazando al trabajo del centro de los compromisos sociales modernos. El “estilo de vida” designa una combinación de trabajo y ocio, reemplaza a la ocupación como base de formación de las relaciones sociales, la posición social y la acción social.

Cada vez que la sociedad industrial se transforma en sociedad moderna, en forma simultánea el trabajo se convierte en objeto de curiosidad turística, y el trabajo y la producción son dos importantes productos turísticos, por ejemplo: las pirámides. Así el trabajo se convierte en fetiche, se transforma el bricolaje en diversión, una presa en

espectáculo y la visita guiada a una fábrica, en atracción.

La hipermodernidad ha transformado la superficie social y económica de la cultura, ya que antes era una superestructura de signos, perfumes y ornatos del mundo real y hoy es cultura- mundo, una cultura del tecno capitalismo planetario, de las industrias culturales, del consumismo total y de los medios y las redes informáticas.

Ésta logra reconfigurar el mundo en que vivimos y la civilización que viene, transformando la Economía en imaginarios, lo real en virtual, la producción en representación, la marca en arte, la civilización de las élites en barbarie de las masas y la cultura popular en cultura ilustrada.

Ya no se trata del ciudadano del mundo, sino el mundo sin fronteras de los capitales y las multinacionales, el ciberespacio y el consumismo, y es donde la economía se rige por un modelo único de normas, valores y metas. Es el fin de la heterogeneidad tradicional de la esfera cultural y la universalización de la cultura comercial, conquistando la vida social, los estilos de vida y casi todas las actividades humanas.

Las características de esta nueva cultura es la “Hipertrofia” de la oferta comercial, la sobreabundancia de información y de imágenes, la cascada de marcas, la infinita variedad de productos desde alimentos a festivales que se dan en todas partes del mundo y donde las ciudades son los grandes escaparates.

En esta etapa, el consumidor no ha gozado jamás de tanta oferta y libertad para elegir, nunca antes había podido viajar tanto y descubrir tantos lugares culturales, degustar tantos platos exóticos.

La cultura mundo genera un espiral de diversificación de las experiencias de consumo y, a la vez, se difunden importantes elementos de desarraigo, de desterritorialización de las personas y los modos de vida, y todas estas fuerzas van hacia la unificación global que cuando más se acercan los pueblos se incrementa la pluralización, heterogenización y subjetivación (Lipovetsky y Serroy, 2010).

Esta revolución ha hecho del turismo algo más complejo, el mundo no es el mismo, la cultura tampoco, las distancias y el espacio se han reducido, vivimos una nueva era de alienación donde el turismo es el eje de este proceso de recolonización, que

inicialmente planteó Nash hace medio siglo y hoy se transformó en sus formas más no en su función.

La masificación del turismo se inicia a partir de la segunda mitad del siglo XX, y fue tomada por los economistas de la época, como un modelo de desarrollo económico, en momentos en que dominaba el desarrollismo industrialista, para enfrentar las grandes asimetrías que emergían de la descolonización y de los altos costos de las guerras, así como de una nueva relación de control neocolonial que se había adecuado en el capitalismo a partir de la hegemonía absoluta de Estados Unidos, enfrentada a la URSS en la Guerra Fría.

A partir de los 70, en que irrumpen otras disciplinas, como la Antropología y la Sociología, los nuevos problemas ambientales y los profesionales del turismo quisieron tener conceptualizaciones propias, que no vengan de la Economía y la Geografía que fueron pioneros además de la Psicología social, y a partir de ellos se plantean nuevas concepciones teóricas, para entender un fenómeno que carecía de una teoría general, fruto de las propias limitaciones que le habían impuesto. Esta situación coincide en el tiempo con el inicio de los estudios de turismo, que eran programas específicamente profesionalizantes y dedicados al turismo como servicio, y respondían a un amplio mercado que requería con urgencia operadores de los servicios.

Pero cuando se empezó a ampliar el universo de la dimensiones del desarrollo en lo general, con la emergencia del tema ambiental, la planificación urbana y la profundización de la pobreza, es que se comienzan a ver más claramente los impactos negativos del turismo, que antes se los veía disociados de su contexto general como modelos, salvo los análisis muy detallados como lo fue el que realizó en los 70, Francisco Jurdao, en su clásico libro sobre la transformación de un municipio rural en parte del mayor corredor turístico de España, la Costa del Sol (Jurdao, 1990).

Con el ascenso del neoliberalismo no solo transforma la sociedad del bienestar y otras formas de equilibrio social en tema de extinción, con el objeto que el Estado no regule ni apoye a los sectores menos favorecidos, sino que se proyecta en la educación y en la formación en general.

En esta etapa se priorizan los estudios de marketing, el Benchmarking, nuevos modelos de gestión que plantean la reducción las plantillas de los hoteles o la terciarización de determinadas actividades, lo que implica grandes ahorros a los empresarios, en pleno auge del turismo.

En 1980, Robert Wood fue el primero en criticar el modelo de la bola de billar, que parte del presupuesto falso de que las culturas son unidades pasivas proclives a cambios por el turismo, y en el mismo año Van Den Abbeele plantea que el turismo establece un imperialismo de doble filo, por un lado, las culturas y los destinos se transforman en objetos de consumo cultural y, por el otro, el turismo funciona como un opio adormecedor para las masas de la periferia (Salazar, 2006).

En esa década también destacan los trabajos de Briton sobre impactos del turismo en la periferia; Gudykunst que habla del turismo como aculturación, desde su perspectiva de antropólogo; Giddens que analiza la regionalización del espacio tiempo en el movimiento de los caminos y también, en 1984, Bourdieu plantea de que el turismo internacional es una forma de acumular capital simbólico, mediante el cual las clases sociales medias occidentales se distancian de otras clases y el turismo les sirve para adquirir status social y para manifestar “buen gusto”.

Gregory trabaja la geografía del tiempo, Foster sobre cruceros, Campbell habla del “hedonismo imaginativo”, donde la satisfacción es anterior al uso, y Keppendorf sostenía que, de no haber cambios en el turismo, éste será para los países de la periferia una forma especial de servilismo (Salazar, 2006).

Otros antropólogos como Bendix y Leong hablan del turismo como un tipo de relación étnica de valores culturales mercantilizados o donde se reinventan las tradiciones. Bruner va más allá que los anteriores y sostenía que el turismo y el colonialismo nacieron juntos y son parientes.

En síntesis, se analiza el turismo como sujeto de estudio y no desde la perspectiva del servicio disociado del desarrollo de la ciudad de acogida, de la región o el corredor, que es una forma de evadir las responsabilidades por las externalidades del modelo que generalmente se denuncian, pero no componen.

Al no poder tener una visión macro del turismo, los profesionales se concentran en lo operativo y dejan de lado los estudios del turismo como modelo y como ideología de Estado, que son los que permitirán entender hacia donde van y como se puede mejorar éste para que tenga menos impacto en las sociedades de acogida.

El turismo al igual que el ambientalismo, al no poder ser conceptualizado como una disciplina, algo que caracteriza a los grandes problemas modernos que debe enfrentar la sociedad, como derechos humanos, revolución femenina, moda y otros más, buscan un paradigma “científico” macro, que dé respuesta a todo como una unidad. Así logra al igual que el ambientalismo tomar como propia la teoría de sistemas, que viene de las Ciencias Exactas, pero esta teoría cubre la operativa del negocio y su amplio clúster, pero no llega a lo profundo de éste y menos a los temas sociales, al final termina cumpliendo la función de una teoría particular que pretende ser global, sin poder resolverlo.

Un modelo económico es una teoría particular dentro de una general, el sistema, la cual representa un proceso económico bajo determinadas variables y estableciendo una secuencia lógica y se desarrollan bajo suposiciones y técnicas matemáticas, y permiten saber cómo responderá la economía ante un escenario determinado.

De allí que al turismo lo definimos como un modelo porque es parte de un sistema, que cuando se dan determinadas condiciones se expresa como una de las estrategias de implantación, crecimiento y expansión del sistema capitalista, y por ello se rige por la lógica del sistema que lo generó y, a la vez, éste crece adecuándose a las transformaciones del sistema en lo económico como en lo social, para poder mantener sus funciones y ampliarlas dentro de éste.

De allí que este modelo tiene la gran capacidad de transformar la realidad integrándola a la dinámica general del sistema, en todas las dimensiones posibles, de pequeños emprendimientos a ciudades construidas para el ocio, desde reciclar fábricas o minas a transformar áreas naturales protegidas en un producto turístico y con ello integrarlo al sistema.

Por ello es que el modelo tiene todas sus características, más las propias de la actividad específica, pero que se ajustan a la lógica económica general del sistema, el

modelo cubre todo el universo donde se origina y abastece el turismo, desde la sociedad de acogida a la sociedad emisora, integrándola en un mismo proceso.

A grandes rasgos analizaremos los diferentes factores que intervienen en la aplicabilidad de este modelo, para ver su comportamiento y las externalidades que generan.

Comenzaremos por una característica única, el turismo es la única producción que se consume en el lugar donde está o se genera, por ello lo primero que debemos analizar para ver el comportamiento es la sociedad de acogida, que se transforma cuando se da el desarrollo del turismo, en proporción a la magnitud de éste y el modelo que se pretende implementar, ya sea masivo con turismo residencial o de bajo impacto con un modelo de alto nivel.

Esa transformación se mide en base a la sociedad de acogida que inicia un proceso de transición o transformación de una economía de auto-subsistencia con más lazos de solidaridad a una de mercado donde todos los integrantes compiten por los ingresos que genera directa o indirectamente el turismo.

En cualquiera de los casos siempre se da una fuerte afectación en la estructura social que se refleja en un cambio de la misma, ya que actores externos la alteran y generalmente ocupan los lugares más elevados de la escala social como inversionistas, desarrolladores o actores políticos.

Así mismo se altera el mercado laboral, ya que las actividades anteriores al turismo pierden competitividad a nivel del empleo y derivado de diferencias salariales y posiciones sociales, esta última ideológica, ya que los campesinos, pescadores o mineros pretenden cambiar a empleos de “cuello blanco”, aunque sean seguridad en los hoteles, pero el uniforme y el trato con el turista los hacen sentir diferentes.

Hay una competencia inmediata con otros nuevos habitantes, los que traen las migraciones externas que son motores de cambio, pero éstos llegan a ocupar puestos y posiciones que terminan afectando a la población local, que se siente rezagada o apartada del proyecto de “modernización”.

Estos cambios permiten a la sociedad de acogida revaloración económica del

capital natural, propio de la población y de la región donde está, ya que hasta antes de comenzar estos cambios no se le daba valor y se lo consideraba como algo “naturalmente puesto allí”. Esto incluye el paisaje construido por años, como el paisaje agavero, el vitivinícola, los cultivos en terrazas, los cultivos extensivos, todos ellos, fruto de trabajo de varias generaciones.

Las transformaciones que origina la implantación del modelo generan una gran expectativa en la sociedad, ya que en su promoción se les asegura a los pobladores que las transformaciones incidirán en lograr un mayor desarrollo para la población, lo cual generalmente no se da, al igual que en el resto de los modelos que se implantan en el sistema capitalista de la periferia, desde el minero al industrial o el agroindustrial al pesquero industrial, entre otros. Esto es una constante de la lógica del sistema general, un crecimiento desigual y combinado.

Esta “promesa” de desarrollo expresada como una esperanza incide en el proceso de reducción de las migraciones al exterior, como es el caso de México y todo Centroamérica respecto de Estados Unidos o las migraciones en Sudamérica hacia Brasil y Argentina, pero a la vez en el turismo se dan otros tipos de migraciones que son característicos de este modelo.

La relación entre lo que el turismo plantea como desarrollo y lo que genera como modelo es la ecuación central que estudiamos en el Observatorio a fin de poder transformarlo en un modelo más equitativo y menos contradictorio cercano al ideal de desarrollo sustentable.

1. Contenidos generales y transversales

Un Observatorio integral de una región turística tiene como eje del mismo al turismo y sus contrapartes naturales, la sociedad de acogida y la gestión pública, los cuales tienen un elevado número de indicadores de acuerdo a cómo y por qué se quieren medir.

Comenzaremos por los temas sociales, entre los que destacan, fruto del proceso de población y poblamiento, a las grandes transformaciones demográficas – urbanas,

resultado del proceso migratorio del campo a la ciudad y la respuesta del sector público con la expansión de la vivienda y los servicios.

El turismo que transforma al mercado laboral requiere de la contrapartida social-oficial expresada en salud y educación y cuando esto no se logra viene la crisis social y costos: deuda social y conflictos, la inseguridad exterior expresada en la delincuencia y la violencia de género.

La síntesis lo dan las mediciones de la percepción de la población de la sociedad de acogida, que pueden mostrar las contradicciones al interior de la sociedad inmigrantes - locales y con los turistas.

En la cuestión gubernamental y de gestión emerge la Gobernanza, la Transparencia y, en general, todos los servicios públicos y municipales que si no se dan se transforman en deuda social.

En la cultura tenemos temas centrales como la identidad y sociedad y su forma de expresarse en el o los idiomas, la gastronomía local y la cotidianidad y tradición y, a nivel instituciones, tenemos la evaluación de productos como museos, monumentos y folclore. Como patrimonio histórico, la evaluación de los bienes inmuebles históricos y el patrimonio tangible; las leyendas y mitos que son patrimonio intangible.

A nivel de la economía regional, tenemos el eje que es el turismo que se mide de muchas maneras diferentes, acorde a la necesidad y uso de la información. Así tenemos a las variables envolventes a partir de la Información de la evolución de la oferta y los Indicadores genéricos: Empleo y desempleo, Alojamiento en sus diversas versiones, Restauración, Intermediación, Transporte turístico e Información.

Los Indicadores específicos (instalaciones turísticas específicas) son: los Museos, los Monumentos (incluido los religiosos), los Parques naturales, los Parques temáticos, las Instalaciones deportivas singulares, las Fiestas y los eventos de cada pueblo y otros varios.

En la Información de evolución de la demanda tenemos varios, de una manera general:

- Los Genéricos: que son flujos turísticos y las características de la demanda (Tipo de turista, viaje y estancia) y los específicos, a ellos los miden en sus resultados los Indicadores de satisfacción.
- Indicadores de sustentabilidad turística, que anteriormente se medían entre otros por las Certificaciones que tenían hoteles, restaurantes, operadoras incluso destinos, hoy esto está cambiando hacia la búsqueda de ciudades inteligentes que garantizarían un uso más racional de todos los servicios y recursos y con ello aportarían un gran avance hacia el modelo de sustentabilidad.
- Se usan muchos tipos de indicadores, pero entre los más generales están también: Índice de especificidad, Índice de profesionalidad e Índices complejos.

En general, éstos aportan a otras opciones que derivan de un Observatorio económico regional como es la elaboración de modelos prospectivos por el destino, la región o la entidad.

5. Otros Indicadores del clúster

En un destino turístico importante o una región turística, lugares donde la economía está liderada por el turismo, el clúster es muy amplio, pero en este caso lo limitaremos a lo más significativo y que sería imposible dejarlo de citar.

Comenzaremos por el comercio, una de las principales fuentes de abastecimiento del turismo, donde hay varios indicadores de base: los índices de consumo turístico, el índice de consumo local, la estructura y diversificación del comercio y su incidencia en la centralidad y el comercio - abastecimiento y consumo local.

Ante los grandes cambios en el manejo financiero de las grandes cadenas, que ya operan como bancos, al permitir sacar dinero, pagar determinados servicios y hacer transferencias, deberíamos tener un indicador de base de comercio - función financiera, que podría ser muy significativo lo que nos muestre, ya que la mayoría de los extranjeros consumen con tarjeta y operan estos servicios.

En cuanto a las industrias, tenemos una que es el motor del clúster del turismo por su amplitud e incidencia en el desarrollo de un destino, la industria de la construcción.

Ésta es el eje, un alto nivel de empresas de comercio e industrias vinculadas con la industria de la construcción desde la minería para arenas y piedras a alta tecnología para nuevos servicios en los edificios inteligentes. Por ello en la industria hay tres grandes sistemas empresariales en los destinos turísticos: la de la construcción, las mineras que abastecen de productos directos y la de los servicios de maquinaria, y el número de empresas registrados dan una idea de la magnitud del destino.

Este sector, mal llamado secundario, tiene dos importantes ramas que tienen incidencia en un destino turístico: las manufacturas y las artesanías, que forman parte de un porcentaje elevado del consumo turístico, como parte de los recuerdos del viaje.

Otro de los grandes sectores en el turismo es el sector inmobiliario, básico en esa actividad al extremo que se habla del modelo inmobiliario del turismo, el cual hoy está en auge a partir de la economía colaborativa con Airbnb.

Esta actividad es muy amplia ya que va de la construcción a la renta de inmuebles y tiene dos vertientes muy importantes. El primero es operado por los gobiernos locales, que son el otorgar las Licencias, cambios de uso del suelo -artificialización, siguiendo los planes urbanos de desarrollo, lo cual se altera y genera los grandes problemas urbanos hoy vigentes de sobrecarga en zonas determinadas y falta de servicios para una mayor demanda.

El segundo proceso también a cargo del gobierno (Municipal) de ampliación de la frontera urbana a costa de las áreas protegidas y sus implicaciones, una vez más el problema de saltar las normas y generar una mayor deuda social a los nuevos fraccionamientos fuera de las posibilidades del gobierno municipal.

A nivel privado, el problema es el manejo del mercado inmobiliario que afecta a través de la renta o casas en venta a los locales al aumentar éstas más arriba de lo que domina la plaza, fruto de una gran especulación, de turistas y trabajadores de corto plazo que requieren estos inmuebles con sus servicios. De allí la importancia de los indicadores inmobiliarios para detectar los graves problemas urbanos, económicos y sociales de la sociedad de acogida en un destino.

El mal llamado sector primario, hoy las zonas rurales, van camino a ser nuevas

zonas urbanas y sus usos han cambiado debido a la gran conectividad, haciendo del mundo rural un nuevo paradigma de usos (multifuncionalidad rural).

Por ello, las actividades agropecuarias, forestal y mineras, van más allá de lo tradicional y ya es necesario poner indicadores de artificialidad del suelo rural y de precios de la tierra, que al aumentar generan una doble tragedia: salen de la producción y los campesinos dejan ese mercado laboral por uno que es más rentable: el de la construcción.

La función más medida es primero la de abastecimiento de carnes rojas, blancas y peces vegetales y frutas, con el fin de evitar la dependencia de otros mercados y generar un efecto de derrama del sector terciario al primario. Pero esto implica medir los canales de comercialización y distribución, mercados regionales, locales o de abasto del destino.

Explotación forestal es en muchos casos primaria - terciaria, abastecen de madera al mercado y /o tienen alojamiento y manejan un turismo de la naturaleza y baja intensidad, lo cual implica diferentes indicadores de un sector tradicionalmente abastecedor.

La minería, base de apoyo a la industria de la construcción, caminos y demás infraestructura también tiene una perspectiva dual: extractiva y /o turística, la primera genera problemas y amenazas al medio ambiente; la segunda es lo contrario.

Lo mismo ocurre con la pesca que es asimilada por el turismo y sus productores pasan a otra actividad complementaria del turismo, el ocio marítimo en la navegación y la pesca deportiva y su impacto es similar al forestal, la extracción a veces es depredadora y la pesca deportiva es sustentable.

La última variable que hablaremos en este artículo es la medioambiental, ya que el capital natural es uno de los valores que hacen más atractivo a un destino, a la vez que es fundamental para supervivencia de una ciudad o destino.

Siendo los principales indicadores los que miden la contaminación de aguas superficiales y freática, la contaminación acústica y visual, los ecosistemas que alojan al destino y su nivel de afectación con la incidencia de éste en paisaje aceptado por la sociedad, montaña, río u otro.

A nivel de los espacios bajo diferentes formas de protección tenemos indicadores según sea el tipo de área, desde una reserva de la biósfera que éstos serán por zonas al igual que los parques marinos, las reservas naturales, estatales o forestales. En los reglamentos de cada una de ellas están los límites de uso.

Pero hay dos zonas importantes en el proceso de sustentabilidad de una región o un destino, y son por un lado las áreas costeras, zonas bisagra entre el mar y la tierra y allí se mide la alteración de la línea de costa, ríos y lagunas (presas y embalses) y en las ciudades y zonas periféricas, protegidas o no, se mide la alteración de las densidades de carga (áreas urbanizadas y caminos).

Los diferentes indicadores se aplican en distintos instrumentos por períodos determinados: anuales, semestrales, mensuales o de temporadas turísticas y éstos son los indicadores base, luego vienen los estudios de inteligencia turística y de coyuntura.

6. Conclusiones

Un Observatorio de estas características y objetivos es una investigación permanente, aunque combinando temas y resultados, para lograr cerrar una visión del destino o región por año, a fin de poder analizar los problemas existentes, potenciales y de futuro.

El modelo que se plantea en el trabajo responde a una visión teórica de lo que es el turismo: una actividad compleja que va más allá de su primer núcleo: hoteles, restauración y empresas de ocio, ya que tiene un gran clúster que lo complementa y a la vez crece con el destino en la medida en que éste es exitoso, sino el proceso es inverso.

Entre los temas que vienen en agenda derivado de dos años de experiencias son determinados tipos de turismo específicos como golf, ahora polo, deportes extremos, por un lado y, por el otro, el incremento creciente de viajeros que ya no se alojan en los alojamientos formales y rentan o acuerdan formas de tenerlo a través de la economía colaborativa.

Los cambios en la tecnología son cada vez más profundos y hoy éstos amenazan, como a todo el planeta, al empleo turístico y obligan a promover más eficientemente a



los innovadores, creadores de nuevas opciones, que responden a una sociedad cambiante no solo de formas de vida sino de imaginarios, lo cual es un reto permanente en un mercado mundial en expansión de ofertas, de experiencias y de transporte adecuados a la nueva economía.

Referencias

-Angulo, Marcial Noel (2009) *¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones?* México. *Innovación Educativa* Vol.9. N°47. abril-junio. Pp. 5-17. Instituto Politécnico Nacional. (Consultada 31 de julio 2016).

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179414895002>.

-César D., Alfredo y Stella M. Arnaiz B. (2012) *¿El turismo: un modelo funcional al capitalismo?* *Revista de Ciencias Sociales*. Universidad de Quilmes. Año 4. N°21. Pp. 7-26. Buenos Aires.

-César D., Alfredo, Stella M. Arnaiz B. y Fernanda César A. (2018) *Capitalismo, sociedad y turismo*. Universidad de Quilmes. Argentina.

-De Katz, Emmanuel (1991) *Turismo: ¿pasaporte al desarrollo?* España, Endymion.

-Figueroa Palomo, Manuel (1990) *Teoría Económica del turismo*. Editorial Alianza. España.

-Jiménez Guzmán, Luis Fernando. (1990) *Teoría Turística. Un enfoque integral del hecho social*. Colombia. Universidad Externado de Colombia.

-Jurdao Arrones, Francisco (1990) *España en venta*. Endymion. Madrid.

-Lipovetsky, Gilles y Jean Serroy (2010) *La cultura mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Anagrama. Barcelona.

-McCannell, Dean (1999) *El Turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Editorial Melusina. España.

-Nash, Dennison (1989) *El turismo considerado como una forma de Imperialismo*. En *Anfitriones e Invitados*. Endymion. España.

-Torres, Enrique (2008) *Guía para la elaboración de un observatorio turístico (documento de trabajo para su difusión, discusión y valoración)*. Departamento de



Política Económicas. Universidad de Málaga. Málaga.

-Salazar, Noel L. (2006) Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. Colombia, *Tabula Rasa*. N°5. p.99-128. julio-diciembre. (consultado 31 de julio 2016).

<http://www.revistatabularasa.org/numero-5/salazar.pdf>.

- SOPDE, Sociedad de Planificación y desarrollo (2001) *Observatorio turístico de la Costa del Sol*. Málaga. Patronato de Turismo de la Costa del Sol.