

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUERRERO



UAGro

FACULTAD DE TURISMO

MAESTRÍA EN CIENCIAS: GESTIÓN SUSTENTABLE DEL TURISMO

CULTURA TURÍSTICA COMO FACTOR DE DESARROLLO SUSTENTABLE EN LA COLONIA JUAN N. ÁLVAREZ, MUNICIPIO DE COPALA, GUERRERO

TESIS

Que para obtener el Grado de Maestría en Ciencias:
Gestión Sustentable del Turismo

Mención: Desarrollo Sustentable del Turismo

Presenta:

Alfredo Mayo Cotino

Director

Dr. Roger Joseph Bergeret Muñoz

Codirector

Dr. Naú Silverio Niño Gutiérrez

Asesor

Dr. Audel Sánchez Infante

Acapulco, Guerrero. Diciembre de 2017



DEDICATORIA

A lo largo de la vida, se construyen conocimientos y experiencias que se entrelazan con familiares, amigos y maestros; principios y valores encaminados a un desarrollo humano, en el que se puedan soportar las acciones o decisiones, y que impulsan a continuar en un proyecto de bienestar espiritual, emocional, sentimental y profesional.

En mi caso, a todas esas personas presentes o ausentes que me obsequiaron tiempo, amistad, amor, paciencia y sapiencia, agradezco infinitamente el haber compartido momentos de alegría, flaqueza y fortaleza; pues gracias a ellos, se logra concluir un proyecto más de ese bienestar, que en cada conversación me motivaban y guiaban a seguir todo el tiempo; a todos ellos, dedico este esfuerzo, por ser producto de esa fuerza conjunta que ha formado mi desarrollo.

Tener siempre pensamientos claros, porque se convierten en palabras; palabras claras y precisas, porque se convierten en acciones; y las acciones ser buenas y bien dirigidas, porque se convierten en hábitos; y observar siempre los hábitos, porque se convierten en carácter; y el carácter debe ser bien intencionado, porque se convierte en tu destino.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, hermanos, esposa e hijos, por su apoyo constante e incondicional.

A la Universidad Autónoma de Guerrero, doctores, maestros y compañeros de clases, por compartir conocimientos que hoy se presentan en este trabajo.

A CONACYT, por la confianza y apoyo financiero a través de la beca.

A mis rectores de tesis: Dr. Roger Joseph Bergeret Muñoz, Dr. Naú Silverio Niño Gutiérrez, Dr. Audel Sánchez Infante, por la hoja de ruta de conocimientos y valores académicos.

Al C.P. Fernando Álvarez Aguilar, por su dirección, consejos y apoyo solidario.

A la comunidad anfitriona de la colonia Juan N. Álvarez, por permitir realizar esta investigación.

A la Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Guerrero, por su apoyo en la consecución de este trabajo de investigación.

A la Universitat de Girona y al Institut de Reserca en Turisme (España), en especial al Dr. José Antonio Donaire Benito, por su apoyo y orientación académica.

RESUMEN

Se sustenta de manera teórico conceptual, los elementos que influyen en el surgimiento del significado de cultura turística, con base en la teoría de la evolución de Lamarck (2007); donde de manera histórica, analítica y descriptiva se investiga los factores exógenos y endógenos que han dado origen y evolución al turismo en la colonia Juan N. Álvarez, del municipio de Copala, Guerrero, desde su fundación hasta el año 2016. A través de la metodología utilizada para comprender el grado de conocimientos de la actividad humana del turismo, así como los efectos en la comunidad anfitriona, con base en indicadores de cultura para el desarrollo propuesto por la UNESCO (2014); con información primaria a través de entrevistas, observación, cuestionarios; de un diseño transversal, así como datos de fuente secundaria, con un enfoque mixto. De la misma manera, se presentan los impactos ocasionados por la actividad humana del turismo, una visión conceptual, que, por el resultado del análisis de estos, se muestra un paradigma respaldado en programas, como normativas sustentables, que podrían direccionar la gestión futura de este destino con potencial turístico.

PALABRAS CLAVE: Turismo, Evolución, Cultura turística, Sustentabilidad.

ABSTRACT

The elements that influence the emergence of the meaning of the tourist culture are based on theoretical theory, based on Lamarck's theory of evolution (2007); where historically, analytically and descriptively we investigate the exogenous and endogenous factors that have given origin and evolution to tourism in the Juan N. Álvarez colony, in the municipality of Copala, Guerrero, from its foundation until the year 2016. Through the methodology used to understand the degree of knowledge of the human activity of tourism, as well as the effects on the host community, based on indicators of culture for development proposed by UNESCO (2014); with primary information through interviews, observation, questionnaires; with a transversal design, as well as secondary source data, with a mixed approach. In the same way, the impacts caused by the human activity of tourism are presented, a conceptual vision, which, by the result of the analysis of these, shows a paradigm supported in programs, such as sustainable regulations, that could direct the future management of this destination with tourist potential.

KEYWORDS: Tourism, Evolution, Tourism Culture, Sustainability.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	5
1.1 Cultura	5
1.2 Hospitalidad.....	8
1.3 Turismo	13
1.4 Teoría de la Evolución	17
1.5 Conciencia Turística.....	28
1.6 Cultura Turística.....	34
1.7 Desarrollo Sustentable.....	41
1.8 Sustentabilidad turística en México.....	44
CAPÍTULO II. DESARROLLO, EVOLUCIÓN E IMPLICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA COLONIA JUAN N. ÁLVAREZ	48
2.1 Delimitación del área de estudio	48
2.2 Antecedentes históricos	49
2.3 Desarrollo y evolución de la actividad turística en la colonia Juan N. Álvarez	53
2.4 Mercado turístico en la Colonia Juan N. Álvarez	59
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO Y RESULTADOS	71
3.1 Metodología de la investigación.....	71
3.1.1 Enfoque y alcance de la investigación	72
3.1.2 Diseño y selección de la muestra.....	72
3.1.3 Unidad de análisis y población.....	73
3.1.4 Instrumentos de medición.....	73
3.1.5 Escalamiento	76
3.1.6 Administración del proyecto	78
RESULTADOS.....	79
RECOMENDACIONES	93
CONCLUSIONES	102
FUTURAS LINEAS DE INVESTIGACIÓN.....	104
BIBLIOGRAFÍA	105

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Sello de los Hospitalarios y Templarios.....	10
Figura 1.2. Nivel de irritación de la comunidad anfitriona.....	22
Figura 1.3. Motivos de viajes	23
Figura 1.4. Pirámide de Maslow: jerarquía de necesidades.....	24
Figura 1.5. Análisis Psicográfico de acuerdo al tipo de Personalidad.....	26
Figura 1.6. Ciclo de Evolución de un área turística.....	27
Figura 2.1. Infraestructura de carreteras.....	48
Figura 2.2. Municipio de Copala y colindantes.....	51
Figura 2.3. Localidades e infraestructura para el transporte.....	52
Figura 2.4. Ubicación de los primeros lugares de asentamiento humano.....	54
Figura 3.1. Indicadores de cultura para el desarrollo.....	75
Figura 3.2. Evolución de destino turístico, turistas y comunidad anfitriona.....	80
Figura 3.3. Grado de conocimiento del turismo en la colonia Juan N. Álvarez.....	81
Figura 3.4. Desarrollo económico de la colonia Juan N. Álvarez.....	82
Figura 3.5. Interacción social de la colonia Juan N. Álvarez.....	83
Figura 3.6. Valores y actitudes de la colonia Juan N. Álvarez.....	84
Figura 3.7. Sustentabilidad en la colonia Juan N. Álvarez	85
Figura 3.8. Jerarquía de necesidades de la comunidad anfitriona.....	95

Figura 3.9. Jerarquía de necesidades de los visitantes.....	97
Figura 3.10. Implementación de una Cultura Turística.....	100
Figura 3.11. Resultado de la Implementación de una Cultura Turística.....	103

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.1. Fases o Etapas Evolutivas del Turismo Mundial.....	19
Cuadro 1.2. Fases o Etapas Evolutivas del Turismo en México.....	21
Cuadro 2.1. Origen y Evolución de la colonia Juan N. Álvarez.....	55
Cuadro 2.2. Evolución demográfica de la colonia Juan N. Álvarez.....	55
Cuadro 3.1. Ficha metodológica de la investigación.....	71
Cuadro 3.2. Fuentes de datos	72
Cuadro 3.3. Impactos por la evolución del turismo de la colonia Juan N. Álvarez..	88
Cuadro 3.4. Impactos en las viviendas de la colonia Juan N. Álvarez.....	88
Cuadro 3.5. Nivel educativo en la colonia Juan N. Álvarez.....	89
Cuadro 3.6. Rezago social en la colonia Juan N. Álvarez.....	90

ÍNDICE DE SIGLAS

ADN.- Ácido desoxirribonucleico.....	4
CONACYT.- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.....	79
CONEVAL.- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social..	73
IFE/INE.-Instituto Federal Electoral/ Instituto Nacional Electoral.....	83
INEGI.- Instituto Nacional de Estadística y Geografía.....	72
OMT.-Organización Mundial del Turismo.....	1
ONU.- Organización de las Naciones Unidas.....	60
PST.- Prestadores de servicios turísticos.....	77
SEDESOL.- Secretaría de Desarrollo Social.....	73
SECTUR.- Secretaría de Turismo.....	1
SEFOTUR.- Secretaría de Fomento Turístico.....	1
UNESCO.- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.....	4
EUROSTAT.- Oficina Europea de Estadística.....	60
OIT.- Organización Internacional del Trabajo.....	60
FMI.- Fondo Monetario Internacional.....	60
OCDE.- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.....	60
CEPAL.- Comisión Económica para América Latina y el Caribe.....	60
OMC.- Organización Mundial del Comercio.....	60

INTRODUCCIÓN

El turismo ha experimentado una evolución en el crecimiento casi ininterrumpido desde 1950 al 2016, a pesar de su vulnerabilidad ante los eventos de riesgos suscitados en los últimos años; en el informe: “*Tourism Towards 2030*”, se presentó un pronóstico a largo plazo, así como la evaluación de desarrollo del turismo de 2010 a 2030; donde los resultados centrales de este estudio son las proyecciones cuantitativas de la demanda del turismo internacional y en las que se incorpora un análisis de los factores sociales, políticos, económicos, medioambientales y tecnológicos que de manera evolutiva, han configurado el turismo del pasado y de los cuales se espera que influyan en el futuro.

En estas proyecciones, se vislumbra un aumento de llegada de turistas internacionales, en unos 43 millones al año, frente a un incremento medio de 28 millones anuales registrado en el periodo comprendido entre 1995 y 2010. Según el ritmo de crecimiento previsto, estos arribos en el mundo, superarán la cifra de 1400 millones en 2020 y 1800 millones en 2030. En este escenario, México ha captado una importante demanda y ocupa el 9º lugar de acuerdo al *Ranking* internacional en llegada de turistas en comparación con otros destinos (OMT, 2016).

Respecto al *ranking* nacional, el estado de Guerrero, ocupa el quinto lugar, y es el número 13 en la llegada de turistas internacionales, en los destinos Acapulco, Ixtapa-Zihuatanejo y Taxco, conocidos como el Triángulo del Sol (SECTUR, 2015).

Esta tendencia turística, individual o colectiva con motivos diversos, genera también capital social que se fusiona entre los visitantes y las comunidades anfitrionas donde se desarrolla el turismo, y provoca cambios socioculturales que direcciona de manera positiva y negativa los destinos, lo que afecta la capacidad turística del Estado.

Cambios, que desde la visión global de la OMT, deben producirse en armonía con las necesidades fundamentales de todas las sociedades, en un marco de cooperación, para alcanzar un desarrollo productivo y equilibrado (OMT, 1993).

Para el caso de los atractivos naturales, el desarrollo depende de factores humanos y la relación con el entorno, que estos se conviertan en un patrimonio turístico real de cualquier región o destino (Bull, 1994); en este sentido, el desarrollo del turismo como actividad humana, provoca un cambio de conducta generado en la interacción de los elementos dinámicos que integran el sistema turístico (Coopert., *et al*, 2005; Cuervo, 1967; Jiménez, 2005; Leiper, 1979; Molina, 1991).

A partir de la movilidad realizada con motivo de esparcimiento, ocio y recreación, en regiones con atractivos turísticos y que en ocasiones provocan un desarrollo desequilibrado, como afirma Cervantes, entre otros, el redireccionamiento de actividades económicas, dependencia en las localidades al desarrollo del turismo, alteración de estructura social, cultural, espacial, territorial y natural, así como los papeles de cada comunidad o sitio turístico (Cervantes, 2007).

Empero, esta transformación, que en corto tiempo representa una boyante actividad económica, pero a largo plazo se convierte en una serie de complicaciones, sobre todo para lograr la sustentabilidad del lugar. Esto se debe al desconocimiento del turismo como una actividad productiva de servicios y los impactos que genera en un futuro inmediato; no obstante de la importancia del desarrollo turístico en el estado de Guerrero, no existen trabajos de investigación sobre la cultura turística en la región Costa Chica; a pesar de poseer atractivos que pueden ser detonados de manera turística, pero que no han sido atendidos de manera integral.

Existe interés en las comunidades de la región Costa Chica, que desean los beneficios del turismo, pero carecen de una comprensión realista que supone lograr este desarrollo y cuáles son los efectos inmediatos; por lo que esta investigación contribuye a la comprensión del surgimiento de la cultura turística en la Costa Chica,

particularmente en la colonia Juan N. Álvarez, municipio de Copala del estado de Guerrero.

Generada a partir del encuentro turista-comunidad anfitriona, con las pautas de comportamiento que surgen en el desarrollo y evolución de los destinos turísticos, donde la falta de conocimiento de la actividad turística y sus repercusiones, solo promueve el modelo capitalista y se olvida de la importancia de arraigar una cultura turística que constituya el desarrollo equilibrado de los distintos factores que intervienen en esta actividad humana.

Con esta primicia, se plantea el objetivo general de la investigación, que es, conocer la Cultura Turística como factor de desarrollo sustentable en la colonia Juan N. Álvarez, municipio de Copala, Guerrero; con la finalidad de indicar que la falta de una cultura turística inhibe el desarrollo, provoca el deterioro gradual del medio ambiente, la imagen y los servicios en el destino con vocación turística, que lo convierte en un destino vulnerable ante la falta de competitividad, en comparación con las características de servicio y calidad de otros destinos con vocación turística similares.

Lo que permite conocer el estadio sobre la comprensión del turismo o cultura turística y sirva como un referente para la toma de decisiones en el desarrollo y evolución de esta actividad humana en la región.

Como consecuencia de esta problemática se planteó la siguiente pregunta ¿La falta de una Cultura Turística es uno de los factores que inhibe el desarrollo sustentable en la colonia Juan N. Álvarez, municipio de Copala, Guerrero?. Con base en los postulados de Kant, de manera crítica y con el propósito de investigar la posibilidad y los límites de la razón (Kant, 2004); se analizó el marco teórico conceptual de cultura, hospitalidad, turismo, conciencia, cultura turística y desarrollo sustentable, con un enfoque teórico evolucionista, como lo consideran autores del turismo en la literatura científica (Acerenza, 2006, 2012; Butler, 1980; Cooper., *et al* 2005; Doxey, 1975;

Fernández, 1985; Lickorish & Jenkins, 1997; Montaner, 1996; Plog, 2001; Ramírez, 1992; Sancho, 2008; Donaire, 2012).

Derivado de lo anterior, se diseñaron los siguientes objetivos particulares: conocer la percepción de la comunidad receptora sobre los conocimientos del turismo; así como sus repercusiones en el ADN de la cultura para el desarrollo (UNESCO, 2014), los valores, actitudes, cultura y sustentabilidad.

El trabajo se estructura en tres capítulos, a saber:

Capítulo I, se sustenta de manera teórica y conceptual los elementos que influyen en el surgimiento del significado de cultura turística, a saber: cultura, hospitalidad, turismo, conciencia, cultura turística y sustentabilidad; con base en la teoría de la evolución de Lamarck (2007).

Capítulo II, de manera histórica, analítica y descriptiva se investiga los factores exógenos y endógenos que han dado origen y evolución al turismo en la colonia Juan N. Álvarez, del municipio de Copala, Guerrero; desde su fundación hasta el año 2016.

Capítulo III, se plantea la metodología utilizada para comprender el grado de conocimientos de la actividad humana del turismo y los efectos en la comunidad anfitriona, con base en indicadores de cultura para el desarrollo propuesto por la UNESCO (2014) sobre economía, educación, gobernanza, social, genero, comunicación y patrimonio; con información primaria a través de entrevistas, observación, cuestionarios, que representa una muestra del 51.81 %, con un diseño transversal, así como datos de fuente secundaria proporcionados por INEGI, SEDESOL, CONEVAL; con un enfoque mixto. De la misma manera, se presentan los impactos ocasionados por la actividad humana del turismo, una visión conceptual, que, por el resultado del análisis de estos, se muestra un paradigma respaldado en programas y normativas sustentables, que podrían direccionar la gestión futura de este destino con potencial turístico.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1 Cultura

El turismo es un fenómeno esencial en la cultura, determinado e histórico (Amaya, 2006; Barreto, 2007; Mac Cannell, 1976). La experiencia turística se construye a través de símbolos y del acuerdo social sobre el significado de los mismos. Las playas no eran atractivos turísticos *per se*, sino a partir de principios del siglo XIX, cuando los médicos empezaron a recomendar por fines medicinales, más que de placer (Amaya, 2006).

En este fenómeno, Jean-Didier Urbain marca el nacimiento del bañista, los pioneros del hedonismo, la cultura del agua y los baños de recreación humana; que en busca del exotismo y del sueño del litoral salvaje, describe la manera en que se suscita en este encuentro, las tribus de los nativos locales junto con las tribus de los turistas (Urbain, 1994, 1996).

En este encuentro social al que hace referencia Urbain, nace un conjunto de conocimientos y saberes acumulados por la humanidad en el transcurso de la historia que Rousseau (2005) denomina cultura.

Para la Real Academia Española, el significado de Cultura proviene del latín *cultus*, que a su vez deriva de la voz *colere*, que significa cuidado del campo, términos como agricultura, apicultura, piscicultura, presentan este vínculo (RAE, 2016).

En la historiografía conceptual, se han gestado diversas posiciones de la palabra cultura, una de ellas es la visión filosófica de Marco Tulio Cicerón 106 – 43 a.C., en su tratado las *Disputaciones Tusculanas*, obra en que se aborda la felicidad y serenidad, en la que escribió acerca de una cultivación del alma o “*cultura animi*”, comparación análoga entre cultivación de la tierra y cultivación del hombre (Cicerón, 2008).

En cuanto a posiciones sociales, Carlos Marx (2014) proponía que el dominio de lo cultural, es un reflejo del proceso de trabajo con los medios de producción, es decir, de la organización que adoptan los seres humanos frente a la actividad económica.

Por su parte Geertz (2003), presenta un concepto semiótico de cultura que busca la explicación, en la interpretación de expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie. “Al creer tal como Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que el mismo ha tejido, consideró que la cultura es esa urdimbre, y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significado” (Geertz, 2003:20).

La Iglesia católica por su parte, define cultura en la constitución pastoral como: todo aquello con lo que el hombre afina, desarrolla sus innumerables cualidades espirituales y corporales; procura someter el mismo orbe terrestre con su conocimiento y trabajo; hace más humana la vida social, tanto en la familia como en toda la sociedad civil, mediante el progreso de las costumbres e instituciones; finalmente, a través del tiempo expresa, comunica, conserva en sus obras grandes experiencias espirituales y aspiraciones para que sirvan de provecho a muchos, e incluso a todo el género humano (*Gaudium et spes*, 2017, n. 53).

Por otro lado Tylor, con un punto de vista antropológico, expone que todas las culturas sociales se rigen por unas mismas leyes históricas que determinan su evolución. Al afirmar que toda cultura evoluciona de simple a compleja y que las sociedades pasan por tres grandes etapas: salvajismo, barbarie y civilización (Tylor, 1981).

Existen así mismo posiciones científicas, como las propuesta por Blackmore (2000) y Dawkins (2014) en la Teoría de los Memes, explicada en los libros: *La máquina de los memes y el Gen egoísta*; de la misma manera la UNESCO (2014), presenta en el manual: *Indicadores de cultura para el desarrollo*, este concepto científico; quienes hacen una analogía con la agrupación genética en los cromosomas. La gran diferencia es que, mientras los cromosomas son unidades naturales independientes de nuestras acciones, las dimensiones culturales son nuestras construcciones. Así, la cultura no es

tanto un conjunto de formas conductuales, sino más bien información específicas y con características propias de todo proceso evolutivo.

En el uso cotidiano, la palabra cultura se emplea para dos conceptos diferentes:

- De forma individual, como resultado trascendental de la genialidad o lo que se conoce como alta cultura, basada en la excelencia por el gusto de las bellas artes y las humanidades.
- Y de manera colectiva, a la sinergia de saberes, creencias, principios afectivos de una comunidad, materiales y espirituales de bienestar social, que define su identidad.

En suma, la cultura se clasifica en: simbólica, estructural, mental, histórica, tópica; por su extensión en universal, total y particular; según su desarrollo en alfabeta, analfabeta, primitiva y civilizada; según su dirección en posfigurativa, configurativa y prefigurativa; según su carácter dominante en sensista, racional e ideal.

En esta relatoría de significados de la cultura está implícita la transformación o evolución de modelos de vida; cuyos elementos se dividen en: materiales, de conocimientos, emotivos, simbólicos y de organización.

La cultura define íntegramente a una comunidad y la diferencia de otra, en la creación de identidades y particularidades; por lo que para esta investigación y acorde con los objetivos de la misma, se utilizará el concepto propuesto por la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO; cuyo documento fue preparado para la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sustentable, en Johannesburgo, el 26 de agosto al 4 de septiembre en 2002 (UNESCO, 2002:18) que a letra dicta:

La cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (*Ibíd.*).

Y el espectro que integra esta definición, sirve de base para un análisis holista de los principales conceptos que permitirá ordenar esta investigación.

1.2 Hospitalidad

La cultura por lo tanto, es una construcción social, histórica y configurativa, instituida dentro del conjunto de tradiciones, conocimientos, creencias, expresiones sociales, cualidades y rasgos afectivos como la hospitalidad, que caracterizan una sociedad o grupo social, misma que la Real Academia Española define como: Del latín *hospitālitās*, *-ātitās*. F. virtud que se ejercita con los pobres y peregrinos, recogiendo y dándoles de comer. /La buena acogida que se hace a los extranjeros./ La asistencia o mansión de los enfermos en el hospital.

Del latín *hospitium*.- La casa que algunos pueblos tienen en las comunidades religiosas para hospedar a regulares forasteros de su orden. /La habitación destinada en las comunidades para recibir huéspedes (RAE, 2016).

Korstanje (2015) por su parte, afirma que, el término hospitalidad deriva del latín *hospitium* que significa alojamiento. Según Ramos y Loscertales, como se citó en Korstanje (2010:92) los celtas (antes que los romanos) manejaban dos significados totalmente diferentes para este vocablo.

La primera de ellas, se vincula al hecho de recibir a un peregrino y aceptarlo como enviado de los dioses. Se comprendía que el viajero debía ser asistido y hospedado ya que este acto derivaba de un mandato divino; la raíz de este ritual era totalmente religiosa.

Por el contrario, el segundo significado era netamente jurídico y sólo podía pactarse por convenio entre las partes. En este caso, el hospicio representaba y aseguraba el equilibrio político de los pueblos celtas, y por medio de estos convenios, un pacto de no agresión entre ellos (Korstanje, 2010; 2015).

En parte no es extraño que hotel y hospital tengan un origen etimológico común: *hospitium*, término por el cual las tribus indoeuropeas celebraban convenios de

reciprocidad en épocas de paz, dando paso a los viajeros y de guerra en la concepción de obligaciones y ayuda recíproca en los respectivos campos de batalla (*Ibíd.*).

En este contexto, el antropólogo Marc Gyax (2007) en su investigación “El intercambio de dones en el mundo griego: reciprocidad, imprecisión, equivalencia y desequilibrio”, al igual que Panosso-Netto (2012), en su libro Teoría del Turismo presentan un principio que da origen a la teoría de la hospitalidad en el mundo griego, a partir de la base del libre juego de los dones mausianos.

Marcel Mauss tiempo atrás, había propuesto en su ensayo sobre el don: “forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas”, una teoría universal de los dones como aquellos regalos que dos partes se están obligados a realizarse (Mauss, 2009).

A través de la teoría del *nexum* (romano) y el *wadium* (germano), Mauss estaba convencido de haber encontrado formas (cultura europea) que confirman su teoría sobre el don; así como ser un elemento teórico presente en la mayoría de las culturas y diversas formas como kula y pokala en Nueva Guinea, *potlatch*, en Norteamérica (*Ibíd.*).

Con un criterio similar al de Korstanje, en el museo de historia de la Ciudad de Toledo en España, existe una referencia en relación a la instauración de una orden espiritual denominada Hospitalarios, y describe que después de la Primera Cruzada (1095) y con la intención de fortalecer la situación, tanto interna como externa, de los nuevos Estados de oriente creados por los cruzados, aparecieron dos órdenes espirituales, la de los TEMPLARIOS y HOSPITALARIOS, ambas órdenes eran hermandades religiosas sometidas a los votos monacales de pobreza y castidad (Figura 1.1).

Figura 1.1 Sello de los Hospitalarios y Templarios



Fuente: Museo de Historia de Toledo; España. Trabajo de campo del autor, 2017.

La primera era eminentemente militar, y su función consistía en la defensa de los caminos que llevaban a la ciudad santa, mientras que los HOSPITALARIOS, también llamada orden de San Juan de Jerusalén, tomando su nombre del hospital de San Juan, y su función primitiva era socorrer a los peregrinos llegados a Tierra Santa, dándoles alberge y curando a los enfermos.

Por otra parte Derrida (1997), en entrevista realizada por el periódico *Le Monde*, afirma que: “Todas las éticas de la hospitalidad no son las mismas, sin duda, pero no hay una cultura ni vínculo social sin un principio de hospitalidad.”

En México, la hospitalidad es una práctica habitual y de reconocimiento mundial, basta con recordar las innumerables políticas de asilo que ha tenido el gobierno con migrantes en el devenir de los años y que no decir de la cantidad de anuncios de “bienvenida” en entradas o demarcaciones geográficas de ciudades, pueblos o comunidades en todo el territorio.

Para los mexicanos, las costumbres y normas del comportamiento humano se vislumbra en la esencia cultural al acoger a su prójimo. El mexicano es concebido

como hospitalario; la relación que existe entre la hospitalidad y el mexicano ha sido documentada desde la conquista y colonización.

Ante esta aseveración, Romero (1977), en su libro Sociopsicología del turismo comenta, refiriéndose a la Conquista de México, que:

Hernán Cortés se sorprendió y así lo comunicó al rey de España en una de sus célebres cartas, que de trecho en trecho, de jornada en jornada, en los caminos nativos de Anáhuac existía una casa convenientemente dotada de techo, leña, alimentos y agua destinada a los viajeros que ocasionalmente transitaban por esos caminos y necesitaban reposar de su fatiga. El abastecimiento de estas casas, corría a cargo de los vecinos del lugar quienes, sin esperar pago alguno, mantenían siempre en servicio a esos establecimientos, verdadero antecedente de nuestros mesones virreinales y expresión de la hospitalidad que México brinda al viajero. Apenas el viajero azteca abandonaba ese refugio de hospitalidad, los vecinos se apresuraban a reabastecer ese hogar transitorio dedicado con abnegada hospitalidad al huésped anónimo. (Romero, 1977:95).

Los extranjeros que visitaban la Nueva España a través de escritos, describían sus experiencias resaltando la hospitalidad, como una de las principales características del indígena.

Gilliam (1996), en su libro Viajes por México durante los años 1843 y 1844, aseveró que: “Nadie puede visitar México sin verse forzosamente obligado a reconocer la pulcra cortesía y el amable trato de sus habitantes, al mismo tiempo siempre prestos a ofrecer sus gentiles servicios para facilitar las intenciones del viajero”.

La imagen creada de quienes nacimos en México, se ha construido a través de la mirada de los conquistadores quienes a su llegada a nuestro país definieron y describieron cómo eran los indígenas (Romero, 1977), y desde la colonia en su comportamiento, (Gilliam, 1996) la cual, se ha acrecentado con el tiempo y esas características han trascendido en el plano mundial.

Por lo que la percepción que se tiene del mexicano en el extranjero, está relacionado a una serie de palabras que describe algunos principios afectivos, tales como fiesta,

amigo, compadre, entre otros; y cuando el extranjero visita nuestro país surgen palabras como: anfitrión y hospitalario.

Zorrilla (2000), describió la hospitalidad de los mexicanos a través del siguiente texto: “Los mexicanos son corteses y francos en su manera de recibir: el extranjero puede penetrar en sus aposentos interiores y en sus jardines desde su segunda visita; y con poco que se acrediten sus circunstancias o sus recomendaciones, está seguro de ser invitado a su mesa y admitido en la intimidad de su familia”.

Como se mencionó al inicio de este epígrafe, la hospitalidad y solidaridad de los mexicanos con los extranjeros está presente en todo momento, al respecto se alude el encabezado del periódico Excélsior del 19 de febrero del 2016, donde la economista de origen griego Panagiota Panopoulou, agradece con el siguiente texto:

“La calidez y la hospitalidad del mexicano son características que lo distinguen en el mundo, y es importante conservarlas y transmitir las a las nuevas generaciones.”

Hospitalidad y turismo es una *conditio sine qua non*, si la cualidad de acoger y agasajar con amabilidad y generosidad a los invitados o a los extraños es un principio de la hospitalidad, es en cierta medida donde nace en ese encuentro un ambiente característico ejemplificado por, *mi casa es tu casa*.

Que para Gallego (2002), es la cualidad y actitud de acoger amablemente a los visitantes, y es un factor básico o cimiento del turismo.

Estos rasgos culturales, históricos y en ocasiones tradicionales, que de manera evolutiva caracterizan a una sociedad o a un grupo social, son los cimientos del turismo como actividad humana.

1.3 Turismo

El origen del turismo ha sido discutido extensamente en la literatura científica, cada uno con posiciones diferentes, y lo presentan en función de principios históricos, ideológicos y filosóficos en los cuales sustentan sus investigaciones.

Algunos autores remontan el surgimiento del fenómeno turístico en la antigua Babilonia, a la vocación de los Griegos expuesta en la Odisea, y en el apogeo del imperio Romano (Acerenza, 2006); a los viajes de la antigüedad por motivos comerciales (Marco Polo 1300, 2008), la búsqueda de bienes para la subsistencia, razones de Estado, así como deseos políticos de expansión territorial y religiosa, que entre otros; hacen referencia a los forasteros y la hospitalidad.

Así como existen ciertas discrepancias acerca del origen del turismo, éstos también se manifiestan en relación a la utilización por primera vez, de las palabras “turista” y “turismo.”

La referencia seminal se encuentra en la publicación de *The Grand Tour*, el primer libro de viajes realizado para los jóvenes y hombres nobles, que para completar sus estudios (política, gobierno y servicios diplomáticos), se embarcaban de uno hasta tres años a lo largo del Continente Europeo, y se considera este como un verdadero fósil del turista moderno (Knebel, 1974:17).

Impreso del que más tarde se derivara el término turismo, y es en esa época (siglo XVI y hasta mediados del XIX) cuando se comienzan a desarrollar los centros vacacionales, muchos de los cuales perduran, como es el caso concreto de Bath, en Inglaterra (Acerenza, 2006).

Fernández (1985), Lanquar (1991), Ramírez (1992), y Smith (1977) sitúan en 1800 el momento del uso más antiguo de la palabra “turista.” Por esta época, entre los años 1800 y 1811, el Oxford English Dictionary (Oxford, s.v. 1950) emplea

por primera vez las palabras “turista” y “turismo.” De acuerdo a Acerenza (2006) y Fernández (1985:21), citan que la primera palabra *tour*, aparece documentada en 1760, en el intransitivo *to make a tour*. Pero con anterioridad, hacia 1746, se conoce la frase *to take a tour*.

La primera definición de “turista” aparece en el año 1876 en el *Dictionnare Universal du XIX siecle*. En relación a las raíces etimológicas de estas palabras, el Diccionario Turístico Internacional (Academia Internacional de Turismo de Montecarlo, 1955) establece que son dos, *tour* y *turn*, ambas derivadas del latín *tornus* (torno) como sustantivo y *tornare* (redondear, tornear, labrar a torno; del latín vulgar, girar) como verbo; de las que se aprecia por la raíz común la idea de giro, de viaje circular y de vuelta al punto de partida (Fernández, 1985; Ramírez, 1992).

Los sufijos “ist” e “ismo” que completan las palabras turista y turismo se refieren a la acción que recae sobre una persona o grupo de ellas, lo que explica el por qué se utilizan para significar el fenómeno individual o general del desplazamiento turístico.

Acerenza (2006) refiere que algunos autores sugieren que el término es de origen hebreo, en la misma línea, Fernández (1985) afirma que:

Arthur Haulot presenta la posibilidad de un origen Hebreo de la palabra Tour. Figura en la Biblia (Números, cap. XII, vers. 17), en que Moisés envía a un grupo de representantes al país de Canaán para “visitarlo” e informar posteriormente sobre sus condiciones topográficas, demográficas y agrícolas. Tur es hebreo antiguo, y ya no existe en el moderno. Corresponde al concepto de “viaje de descubierta”. La corporación turística Israelí tiene como insignia dos hombres llevando de hombro a hombro un largo palo, del que penden racimos de uva, tal como los enviados de Israel regresaron de su viaje. (Fernández, 1985:22).

Diversos autores han contribuido en la formulación del significado del turismo, tal es el caso de Krapf y Hunziker, citado por Fernández (1985), quienes lo definen como el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y

permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal.

Por su parte Figuerola (1979) afirma que el turismo es un fenómeno social, de caracteres absolutamente definidos por la actuación, normas de comportamiento y limitaciones de la colectividad humana.

Mientras para Fernández (1985), es el conjunto de los fenómenos originados por los viajes siguiendo la definición de Krapf y Hunziker.

Otro referente es Romero (1991), que lo define como la estructura de acciones, espacio, bienes y servicios organizados para propiciar el disfrute del tiempo libre en viajes recreativos que dispensan temporalmente al hombre de su rutina de vida. /fenómeno social que genera el hombre al hacer uso voluntario de su tiempo libre para disfrutar el viaje recreativo que le dispensa temporalmente de su rutina de vida.

Sin embargo, para Adrián Bull (1994), el turismo no es un fenómeno ni un simple conjunto de industrias, es una actividad humana que abarca el comportamiento humano, el uso de los recursos y la interacción con otras personas, economías y entornos.

Así mismo, organismos oficiales como la OMT en su glosario básico (2007), han definido el turismo, como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Con un criterio funcional y aplicado a la evolución del mismo, José Antonio Donaire refiere que el turismo recoge de forma fortuita tradiciones que no están conectadas

entre sí, que solo se vinculan por su condición turística: los baños de mar favorecidos por las prácticas higiénicas, las excursiones a las montañas alpinas mitificadas desde la mirada romántica, los circuitos urbanos a la búsqueda del pasado o la atracción de lo exótico en la frontera de la periferia del placer (Donaire, 2012).

Dada la multidisciplinaria actividad que representa el turismo (Jafari, 2005), existen diversas posiciones en cuanto al área de estudio o significado del mismo, por mencionar algunas en economía, psicología, antropología, finanzas, ecología, educación, geografía, historia, derecho, sociología, agricultura y religión.

Sin embargo, aunque en cada una de éstas, siempre está presente el turista, el área geográfica, así como la renta; para este estudio tomaremos la definición de Adrián Bull, que servirá como referencia para el análisis y concreción del concepto rector de esta investigación, cuyas principales ideas incluye, que es una actividad que abarca el comportamiento humano (actitud innata de desplazarse), el uso de los recursos (descubrir nuevos territorios), la interacción con otras personas, economías y entornos (voluntad de conocer y relacionarse).

Reflejadas en el desarrollo del turismo y en el que está presente una evolución, característico de la propia humanidad desde el origen de la vida en la tierra y puede resumirse en los siguientes puntos, que servirán de base para ordenar las diferentes posturas:

- Actividad que abarca el comportamiento humano;
- Uso de los recursos;
- Interacción con otras personas, economías y entornos.

1.4 Teoría de la Evolución

Como se mencionó en el epígrafe anterior, desde los orígenes, el hombre se ha caracterizado por la constante movilidad sea por caza, religión, comercio, guerra, política y ocio; así, en este impulso interno para el mejoramiento y la relación con el medio que lo rodea, nace en esta Pangea social el *homo touristus*, ya sea por descanso o huir del bullicio como los romanos lo hacían (*Otium*), o por la adquisición de conocimientos en la época de la ilustración por las clases acomodadas. Sin embargo, este impulso que el turismo ha experimentado de manera ininterrumpida desde 1950 al 2016, es necesaria analizarla desde la perspectiva teórica de la evolución.

La Teoría de la evolución de Lamarck¹, consiste en defender que los cambios se producen por medio de la adaptación al ambiente. Lamarck (2007) consideraba que dichas modificaciones en los diversos órganos son transmitidas por herencia a los descendientes.

Esto es lo que ha llamado “herencia de los caracteres adquiridos”. Para lo cual Lamarck planteo tres hipótesis:

- I. Los nuevos órganos se producen como resultado de una nueva necesidad.
- II. Los órganos alcanzan su desarrollo de forma proporcional al grado de uso al que estén sometidos.
- III. Todos los caracteres adquiridos son heredados.

En argumento, la teoría propuesta por Lamarck es una versión de “la función crea el órgano”. El sujeto de la evolución Lamarckiana, es el individuo, el que experimenta la transformación por uso o desuso adaptativo y dicha transformación es la que después se trasmite a su descendencia, por otro lado en turismo, Fernández, afirma

¹El francés Jean Baptiste de Monet, caballero de Lamarck, conocido sencillamente como Lamarck (1744-1829). En su *Filosofía zoológica*, escrita en 1809, expuso una descripción sistemática de la evolución de los seres vivos.

que el crecimiento turístico es función, por tanto, de las posibilidades de desarrollo que se derivan del esquema (Fernández, 1985:205).

Resultado de este planteamiento evolucionista en el caso del turismo: El turista (función²) crea al turismo (órgano³), en este fenómeno se hallan dos componentes: el turista y el turismo. El primero es el sujeto agente; el segundo es el conjunto de fenómenos de toda clase que aquel produce (Fernández, 1985:23).

Si el sujeto de la evolución es el individuo dentro de un sistema de elementos y relaciones, da origen al turismo, como fenómeno social, cultural y económico, relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.

Estas personas se denomina visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (OMT, 2007).

Con fundamento en la perspectiva teórica de Lamarck, y la segunda hipótesis propuesta, en donde nos refiere que la organización social, que tiene una función específica (órganos), alcanza su desarrollo en forma proporcional al grado de uso al que estén sometidos, en este crecimiento gradual o etapas sucesivas en el turismo, así como su adaptación, es un proceso que integra a todos los involucrados en un mismo movimiento y una etapa que representa el estadio superior de la evolución, ejemplo de ello, lo plantean diferentes autores (Cuadro 1.1), a saber:

²Función.-Del Lat. *funtio*, -oñis.- Actividad particular que realiza una persona dentro de un sistema de elementos, personas, relaciones, etc. con un fin determinado. Real Academia Española, 2016. Felipe IV, 4-28014, Madrid.

³Órgano.-Parte de una organización política o social que tiene una función específica. Del latín *organum* 'herramienta', y este del griego *organon* 'herramienta', derivado de *érgon* 'acción, obra, trabajo'. Real Academia Española, 2016. Felipe IV, 4-28014, Madrid.

Cuadro 1.1 Fases o Etapas Evolutivas del Turismo Mundial

Autores	Etapas o Fases Evolutivas				
Luis Fernández Fuster (1985)	1ª Fase Adaptación	2ª Fase Constructiva	3ª Fase Sustitutiva	4ª Fase Tercera Zona	5ª Fase Expansión Lineal
Manuel Ramírez Blanco (1992)	1ª Etapa Nacimiento en Europa	2ª Etapa Surgimiento de la conciencia turística	3ª Etapa Expansión del turismo		
Lickorish, L. J., & Jenkis, C. L. (2000)	Prehistoria del turismo	El transporte	Periodo de entreguerras	El despegue del turismo	
Miguel Ángel Acerenza (2006)	A partir del siglo XVI	Desde mediados del siglo XIX	Después de la primera guerra mundial	Después de la segunda guerra mundial	
José Antonio Donaire (2012)	Prototurismo	Turismo Fordista Años ´50	Turismo Posfordista o Neofordista		

Fuente: Elaboración por el autor de fuente secundaria, 2017.

Sancho (2008), en el libro *Introducción al turismo*, plantea la evolución del turismo de la siguiente manera:

El viaje internacional en los años cincuenta que se fue haciendo cada vez más accesible a un porcentaje mayor de la población debido a diferentes hechos, como la aparición del avión de pasaje a reacción al término de la segunda guerra mundial, el bajo precio del petróleo, la mayor renta disponible de las familias, la aparición de vacaciones pagadas y el aumento del tiempo libre del que dispone la población en los países industrializados. El desarrollo de las comunicaciones y de los medios de transporte fue otro factor determinante que amplió enormemente las posibilidades de llegar a nuevas y más lejanas regiones de acogida o destino turístico. Conjuntamente, otro factor que contribuyó al aumento del turismo internacional fue el progresivo crecimiento de las relaciones comerciales entre los distintos mercados mundiales que trajo consigo el correspondiente incremento de los desplazamientos, no ya por motivos de ocio, sino por razones de negocios o estudios profesionales.

Igualmente, el turismo nacional se vio favorecido en su desarrollo por factores similares, como la creciente utilización del automóvil y demás medios de transporte, que mejoraron las posibilidades de movilidad personal y colectiva dentro del propio país. Por otra parte, las continuas mejoras que se estaban produciendo en el nivel de vida de los

ciudadanos de los países más desarrollados permitieron dedicar un más tiempo libre a nuevas formas de ocio, así como también invertir en las infraestructuras básicas de las ciudades con el objeto de mejorar los desplazamientos y el acceso a una mejor información (Sancho, 2008).

- En la década de los años ochenta, el sector turístico alcanzó un mayor grado de madurez, caracterizándose por un crecimiento más lento de la demanda y por un exceso de oferta.
- En el comienzo de la década de los años noventa el turismo internacional se ha caracterizado por presentar un elevado grado de resistencia a las fluctuaciones económicas. No obstante, se registraron algunas disminuciones en las tasas de crecimiento del turismo internacional en los años 1991 y 1993, debido a la influencia de la fuerte recesión económica de los países industrializados a raíz de la Guerra del Golfo (*Ibíd.*).

En las últimas seis décadas, el turismo ha evolucionado, convirtiéndose en uno de los sectores de mayor envergadura y crecimiento, prácticamente ininterrumpido a lo largo del tiempo, a pesar de crisis ocasionales, demostrando fortaleza y resistencia. Las llegadas de turistas internacionales a escala mundial han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 674 millones en 2000 y 1.186 millones en 2015 (OMT, 2016).

En el caso del desarrollo de esta actividad humana en México, Ramírez (1992) presenta antecedentes históricos de la evolución del turismo, de la siguiente manera:

La mayoría de los autores coinciden en situar la fecha del nacimiento del turismo organizado en México, durante el final de la década de los años veinte y el principio de los treinta. Varios son los factores para la justificación de esta idea:

- La consolidación de la estabilidad política nacional durante los últimos años de la década de los veinte.

- El nacimiento de los primeros servicios propiamente turísticos, hoteles, agencias de viajes, organismos especializados, etcétera.
- Introducción en los países industrializados de las vacaciones pagadas al trabajador en calidad de prestación, durante la tercera década de este siglo (Ramírez, 1992).

Así como se ha presentado la movilidad, que con motivos diversos hicieron los viajeros en el mundo, antes del nacimiento del turismo organizado, también se presenta en síntesis la evolución del turismo organizado en México (Cuadro 1.2):

Cuadro 1.2 Fases o Etapas Evolutivas del Turismo en México

Autores	Etapas o Fases Evolutivas			
Manuel Ramírez Blanco (1992)	1ª Etapa Aparición del Turismo organizado en México	2ª Etapa Desarrollo del turismo en México	3ª Etapa Tecnificación de la industria turística	
Turismo en México: Treinta años de la Secretaría de Turismo (1975-2005)	Principios de la década de los años veinte	Después de la Segunda Guerra Mundial	Creación de Instituciones	Diversificación de segmentos

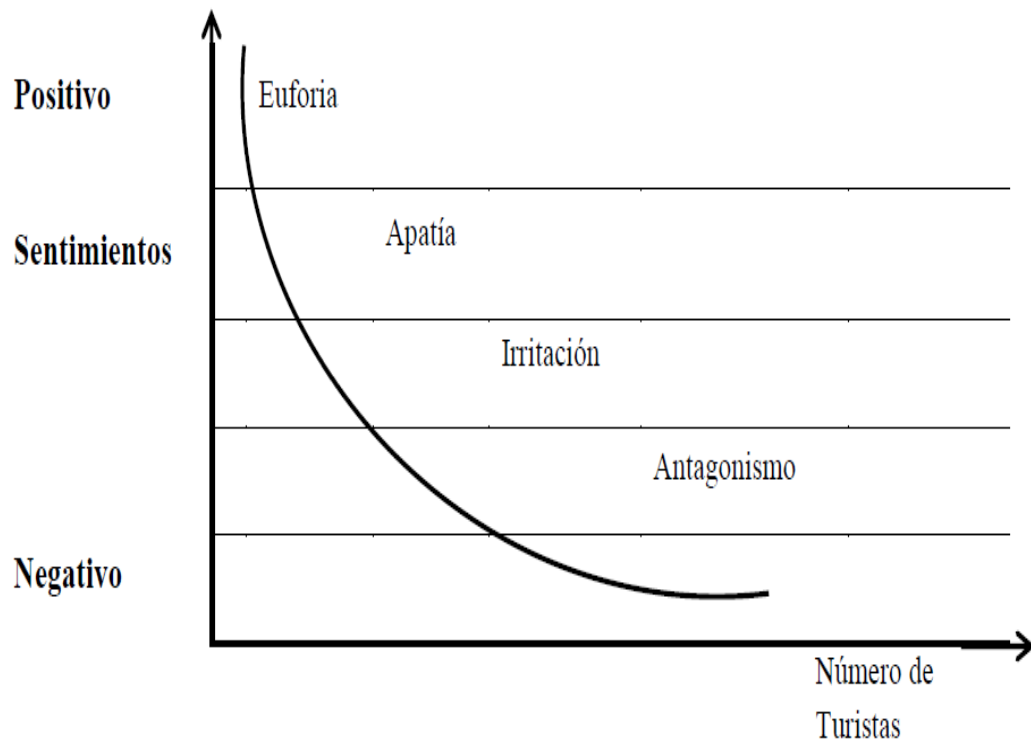
Fuente: Elaboración por el autor de fuente secundaria, 2017.

La evolución dinámica del turismo ya sea por el lado de la oferta o demanda, así como por escenarios globales, nos obliga a adaptaciones constantes sobre factores exógenos y endógenos, que se producen como resultado de una nueva necesidad, que alcanza su desarrollo de forma proporcional al grado de uso al que estén sometidos, heredando así los caracteres adquiridos. Tal como Lamarck (2007) lo planteara en su trabajo seminal; que presentan una serie de implicaciones en la comunidad anfitriona, turista y destino, como una consecuencia en la satisfacción de ciertas necesidades.

Al respecto, encontramos en la literatura especializada del turismo, elementos que nos permiten hacer estas afirmaciones sobre implicaciones y efectos que tiene la actividad humana del turismo; tales como los ensayos de Doxey, citado por San Martín (1997), que tras estudiar dos destinos en un contexto sociológico, concluyó

que las reacciones cambian con el tiempo y acuñó la expresión *irridex*, como un índice que mide el nivel de irritación de la comunidad anfitriona de un destino turístico a medida que se transforma su entorno (Figura 1.2).

Figura 1.2 Nivel de irritación de la comunidad anfitriona

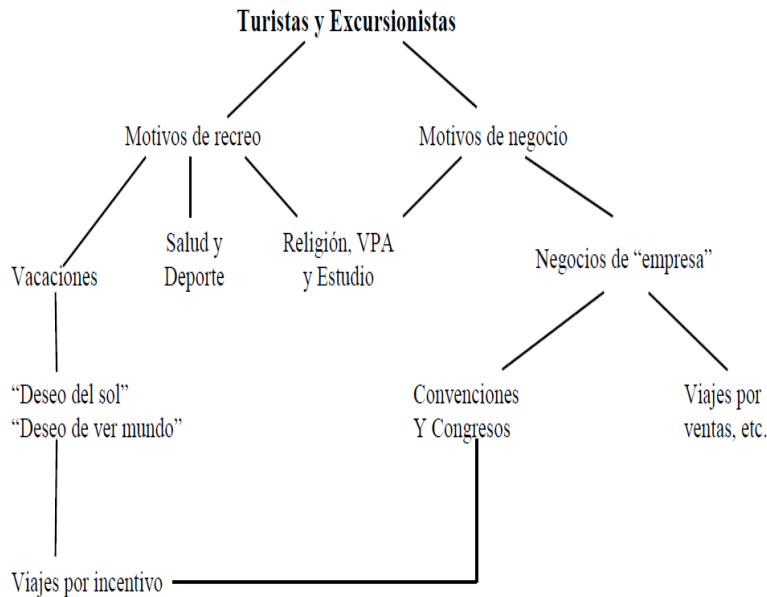


Fuente: Doxey, 1975; San Martín, 1997

Es en esencia el ser humano curioso, siempre motivado por el espíritu de aventura, conocimiento del medio que lo rodea; por otro lado, como turista, lleno de motivaciones y necesidades complejas, pero claramente identificables y diferenciables que son, las que orientan y dinamizan los comportamientos de viaje, hacia objetivos claros, como definidos (Figura 1.3).

Figura 1.3 Motivos de viajes

Tipo de turistas según el motivo de viaje.



Fuente: Bull, 1994.

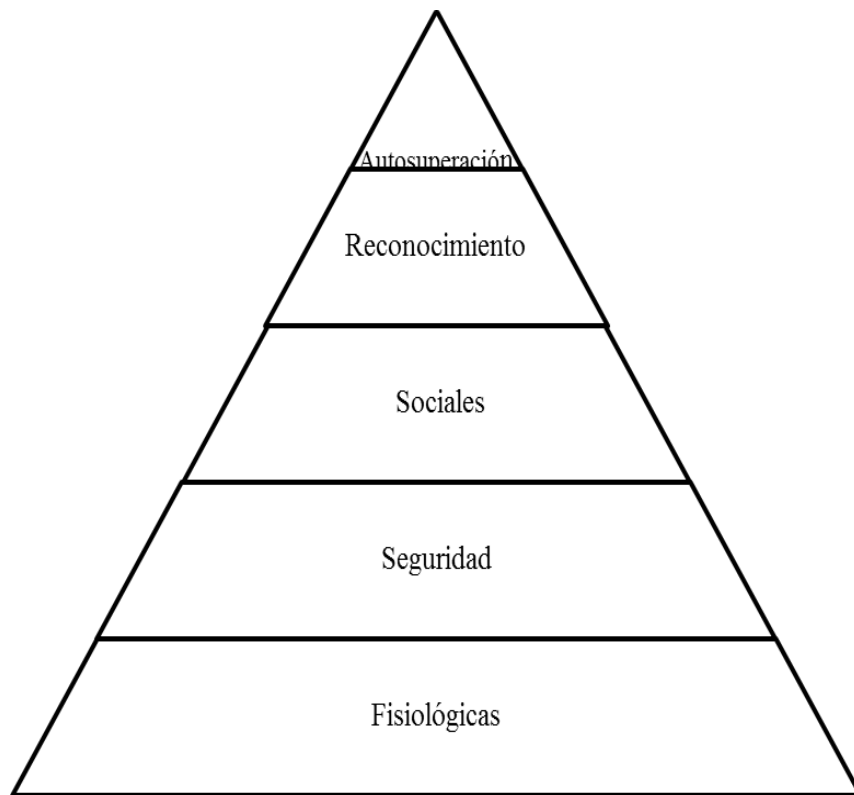
La motivación y necesidades, son el principio básico sobre la percepción que tienen los turistas y se diferencia entre ellos, por la manera en que vive cada uno las experiencias turísticas, o como refiere Aramberri (1983), “la actividad turística, es la gran oportunidad de llenar las necesidades que marginamos, cuando nos entregamos a nuestro trabajo”.

Motivos, que en su acepción más general, la Real Academia Española define como: influir en el ánimo de alguien para que proceda de un determinado modo/Estimular a alguien o despertar su interés (RAE, 2016). Eso explica el por qué nos comportamos de la forma en que lo hacemos y constituyen los estímulos conscientes e inconscientes, biológicos, psicológicos o sociales, que nos mueven a una acción dirigida a una meta deseada.

La referencia del paradigma de motivaciones y necesidades es común para el análisis en el comportamiento del mercado turístico, ya que de manera directa la satisfacción de ellas, incide de forma gradual, en los patrones de producción, consumo y conducta de los agentes económicos y sociales que integran esta actividad humana.

En esta lógica, Maslow (1991) plantea en su teoría de la motivación humana, donde de manera jerárquica diseña la pirámide expuesta en: *La escala de necesidades humanas* y defiende que conforme se satisfacen las más básicas, los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados. El paradigma propuesto por Maslow, consiste en ordenar por categorías y clasificar por niveles las diferentes necesidades humanas, según la importancia que tienen para la persona que las contiene. En la base de la pirámide están las necesidades de déficit, mientras que las necesidades de desarrollo se encuentran en la parte más altas de la jerarquía (Figura 1.4).

Figura 1.4 Pirámide de Maslow: jerarquía de necesidades



Fuente: Maslow, 1991.

Muy interesante y ligado con la motivación y personalidad, Plog, citado por Montaner (1996), presenta un análisis del ser humano en su fase de turista, en cuanto a las características del perfil psicosocial con una clasificación por su comportamiento psicográfico en: psicocéntricos y aloecéntricos, con matices, así como por el perfil demográfico, que describe de la siguiente manera:

a) Los psicocéntricos (centrados en sí mismos, introvertidos) prefieren para viajar:

- Lo familiar en los lugares de destino
- Las actividades comunes en los lugares de destino
- Los lugares donde brilla el sol y donde se puede descansar
- Nivel bajo de actividad
- Lugares a los que se puede llegar en automóvil
- El alojamiento turístico característico, con gran desarrollo hotelero, restaurantes de tipo familiar y tiendas de artesanía
- Un ambiente familiar, entretenimiento de tipo familiar, sin ambiente extranjero
- Un paquete completo de excursiones apropiadas, con un intenso programa de actividades

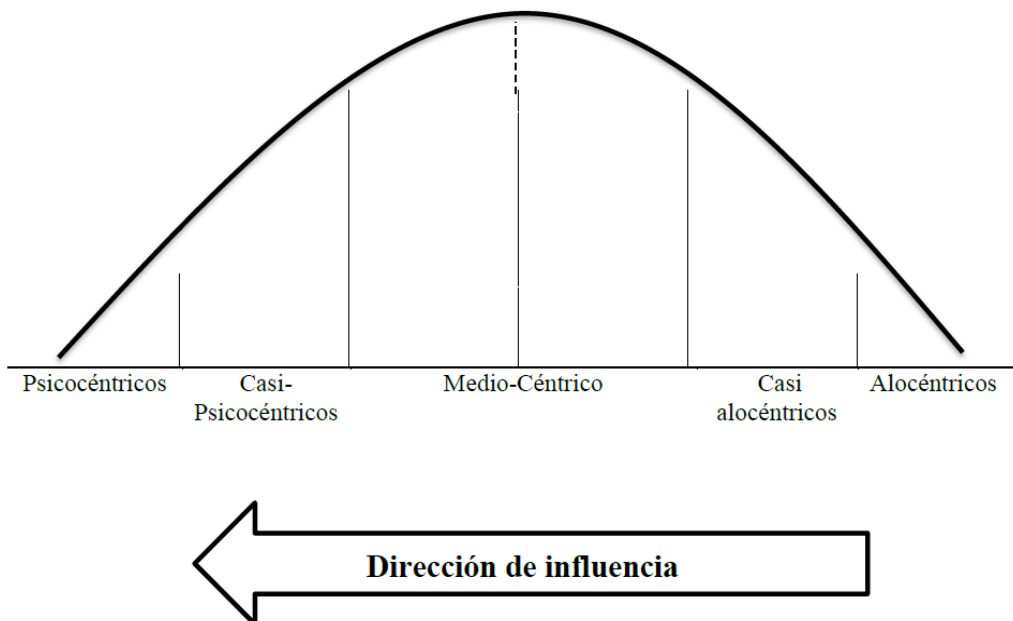
b) Los aloecéntricos (de conducta extrovertida) tienen su centro de interés basados en:

- Actividades diversas y variadas
- Interés por la aventura
- Deseo de buscar y experimentar en la vida
- Poseen confianza en sí mismo, y el viajar se convierte en un medio de expresar curiosidad y satisfacerla
- Prefieren las áreas no turísticas
- Gozan con el descubrimiento y se deleitan con experiencias nuevas, antes de que otros hayan visitado la zona
- Prefieren lugares nuevos y diferentes con un nivel alto de actividad

- Prefieren llegar a su destino, sobre todo, por vía aérea
- El alojamiento deberá incluir hoteles y alimentación de término medio bueno y de calidad, no necesariamente moderno, o de tipo de cadena hotelera, y con pocas atracciones de tipo turístico
- Les encanta conocer y tratar a personas de una cultura extraña o extranjera
- Las excursiones deberán incluir los aspectos básicos (transporte y hoteles), y permitir una gran libertad y flexibilidad

Plog definió el *centro* como un conjunto de valores y normas morales propias de una determinada sociedad que busca satisfacer sus motivaciones en el turismo (Figura 1.5), también están los intermedios a los que llamo mediocéntricos (Montaner, 1996).

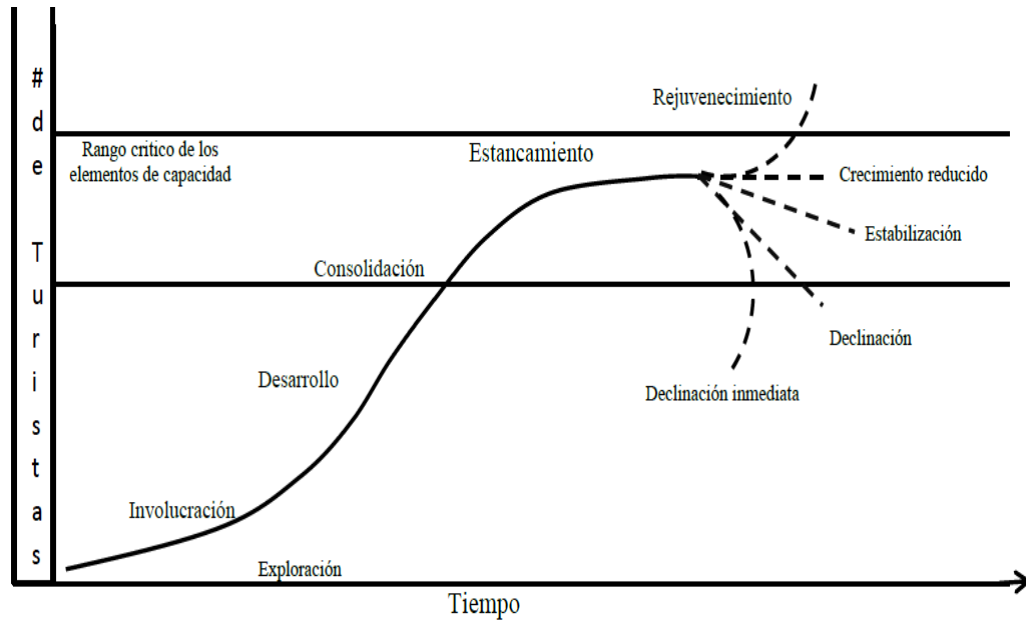
Figura 1.5 Análisis Psicográfico de acuerdo al tipo de Personalidad



Fuente: Plog, 2001.

Con respecto a los destinos, la propuesta que en 1980 Richard Butler presentara: *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources* (Figura 1.6).

Figura 1.6 Ciclo de Evolución de un área turística



Fuente: Butler, 1980.

Donde nos muestra un modelo referenciado a amplitud para el análisis del desarrollo en los destinos turístico, a través de fases o etapas que van desde: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive; utilizando una curva básica para ilustrar su popularidad agitada y menguante. Donde en cada una, se presentan rasgos característicos y posibles tendencias a futuro (Butler, 1980).

La síntesis de los conceptos principales de estos planteamientos teóricos, es que, los destinos turísticos, la comunidad anfitriona y los turistas, tienen su propio ciclo de evolución, en la deferencia de satisfacer necesidades marginadas, y, perfilando nuestra línea de investigación a los tres principios del concepto de turismo de Adrián Bull: a) actividad que abarca el comportamiento humano, b) uso de los recursos, c) interacción con otras personas, economías y entornos; se vislumbra así, en este crisol turístico, integrado por el medio y los involucrados, un conjunto de conocimientos, actitudes, valores, experiencias y saberes acumulados en el entorno social donde se

desarrolla la actividad humana del turismo y nace una nueva conciencia que puede ampliar o condicionar el capital social del destino.

1.5 Conciencia Turística

Ramírez (1992) refiere, con base a su modelo evolutivo del turismo, que el surgimiento de la conciencia turística inicia en lo que denomina la segunda etapa y la reseña de la siguiente manera:

La primera etapa del turismo, es netamente inglesa y llega hasta la mitad del siglo XIX. A esta etapa pertenece, ya en sus postrimerías, la primera organización turística: en el año de 1843 se forma la «Agencia de Viajes Cook». Durante la segunda etapa, que abarca de la segunda mitad del siglo XIX al inicio de la Segunda Guerra Mundial, en 1939, el turismo deja de ser exclusivamente un fenómeno inglés, aunque seguirá conservando generalmente su carácter minoritario. Durante la misma, se estructuran en forma importante sus servicios y se crean en Europa los primeros organismos dedicados al turismo. Estos primeros organismos tienen un marcado carácter privado: Las agencias de viajes, fundadas después de Cook; los clubs alpinos de Italia y Suiza, en 1863; los Touring Clubs, en Londres en 1878; París, 1890; Italia, 1894. Además de la fundación del primer Club de Camping, en Londres, 1901 (Ramírez, 1992).

Empero, tal afirmación debe de considerarse de manera heurística, por lo que en información secundaria, la Real Academia Española, describe la palabra conciencia (del latín *conscientia*) como significado de conocimiento (RAE, 2016).

Por otra parte, en la perspectiva teórica de Vygotsky (1995) sobre la concepción del conocimiento, enlaza a su vez con la línea de pensamiento Marxista al concebir al sujeto como un ser eminentemente social, y al conocimiento mismo como un producto emanado de ello. Para Vygotsky, algunos conceptos son fundamentales y los clasifica en funciones mentales superiores como aquellas con las que nacemos, son naturales y están determinadas genéticamente.

El comportamiento derivado de estas es limitado, está condicionado por lo que podemos hacer. Puesto que el individuo se encuentra en una sociedad específica con

una cultura concreta, estas funciones están determinadas por la forma de ser de la sociedad, son mediadas culturalmente y están abiertas a mayores posibilidades (*Ibíd.*).

Por lo tanto el conocimiento es resultado de la interacción social, en la interacción con los demás adquirimos conciencia de nosotros, aprendemos el uso de los símbolos que, a su vez, nos permiten pensar en formas cada vez más complejas. Para Vygotsky, a mayor interacción social, mayor conocimiento, más posibilidades de actuar, más robustas funciones mentales.

Tipos de conocimiento:

- El conocimiento físico. Es, por ejemplo, cuando un niño manipula los objetos que se encuentran en el aula de clases y los diferencia por textura, color, peso, etc.
- El conocimiento lógico-matemático. La fuente de este razonamiento está en el sujeto y éste la construye por abstracción reflexiva.
- El conocimiento social. Puede ser dividido en convencional (producto del consenso de un grupo social) y no convencional (aquel referido a nociones sociales y que es construido y apropiado por el sujeto).

Este conocimiento compartido que tiene un ser de sí mismo y de su entorno, es precisamente la conciencia que se refiere a la moral o bien a la recepción normal de los estímulos del interior y del exterior.

La conciencia se aplica a lo ético, a lo bien y mal de nuestras acciones, la conducta de los seres humanos son influenciadas por la conciencia, así en cada uno de sus actos se ven reflejados en todo momento por sus acciones inmediatas. Se considera también, como un estado cognitivo no abstracto que permite la interacción e interpretación, con los estímulos externos, denominados realidad, la conciencia requiere del uso de los sentidos como medio de conectividad entre los estímulos externos y sus asociaciones.

Una vez estimado los conceptos y preceptos de la conciencia, analicemos su relación con el turismo, de acuerdo al principio de Adrián Bull (1994), el turismo no es un fenómeno ni un simple conjunto de industrias, es una actividad humana que abarca el comportamiento humano, el uso de los recursos y la interacción con otras personas, economías y entornos. También implica el movimiento físico de los turistas a lugares distintos donde viven habitualmente.

En este contexto social de comportamiento humano a lo que se refiere, están inmerso una serie de valores, creencias, costumbres, tradiciones, formas de vida, conductas, símbolos, sentimientos, así como pensamientos, que en la medida que evoluciona el turismo en la interacción con otras personas, economías y entornos, influye directa e indirectamente en la actuación de los involucrados, y las repercusiones que de esta surjan, ya que esta actividad conlleva un desplazamiento o movilidad de personas con diferentes motivaciones, es decir, una importación y exportación social de conocimientos o conciencia que definen o direccionan el turismo de los destinos.

¿Qué es la conciencia turística?

El concepto de conciencia turística se encontró en la obra publicada en 1983 del libro *Quince Lecciones de Turismo*, escrita por Miguel Alemán Valdés, quien trata el tema de la conciencia turística como “una organización humana en torno a la cordialidad como anfitrión hacia el visitante, así mismo la atención y el cuidado que se ponga por proteger y conservar los recursos del país, la presentación física de los prestadores de servicios, la calidad en el transporte, no afectación, ni servilismo, ni atención interesada y calculada; sino una sencilla bondad, en una palabra sentido turístico” (Alemán,1983:103).

Por su parte Mireles (2015), define conciencia turística, como un estado mental que presupone la buena disposición de los individuos para fomentar y acrecentar la conservación de los bienes y servicios turísticos que posee un pueblo.

Otro referente ha sido Romero (1991), quien define el concepto de conciencia turística como el conjunto de normas morales que influyen en la conducta del hombre

para la aplicación de su tiempo libre en su viaje recreativo, en el disfrute ponderado de bienes y servicios turísticos con el respeto a quienes también lo disfrutan.

Comparando los principales elementos de las definiciones anteriormente expuestas, se precisa, para efectos del presente estudio, como conciencia turística:

A la serie de estrategias encaminadas a crear una actitud mental positiva de la colectividad humana hacia el mejoramiento y conservación de todos aquellos elementos que conforman la oferta turística de un país, con las siguientes características:

- En las relaciones y contactos con los turistas (turista, anfitrión).
- Ante quienes suministran los servicios turísticos (prestadores de servicios turísticos).
- En lo que se refiere a la conservación de aquellos bienes susceptibles de uso turístico (sustentabilidad).

En las relaciones y contactos con los turistas, se debe mencionar la necesidad, por parte de la comunidad receptora y de los prestadores de servicios turísticos en general, de establecer los elementos necesarios para crear una imagen positiva de la región al turista, con esta visión se plantean acciones gubernamentales para la implementación de esta estrategia.

El libro, Turismo en México 1975-2005, refiere que de manera incipiente, durante la década de los `30, gremios sindicales del ramo, crearon centros de enseñanza que tenían como fin preparar a sus afiliados en la creciente actividad de servicios turísticos, al mismo tiempo que empresas hoteleras redactaban manuales para orientar la gestión del personal.

Fue durante la presidencia de Miguel Alemán, que se impulsó un proyecto emanado de la Asociación de Hoteles, cuyo propósito era instituir una escuela hotelera y gastronómica y que se consolidó con la creación de la Escuela Mexicana de Turismo, cuya finalidad primaria era formar profesionales para la rama hotelera y gastronómica (Turismo, 2005).

Por decreto Presidencial del 14 de noviembre de 1956, se creó el Fondo de Garantía y Fomento de Turismo (Fogatur), que entre una de sus acciones principales por parte de los patrocinadores fue destinar cerca de 5% del presupuesto para fomentar una “conciencia turística nacional” y estimular así esta industria de servicios; la primera aportación la recibió de la empresa automotriz General Motors por un monto de 300 mil pesos, entre otras, destacó la denominada Conozca México, bajo el patrocinio de Coca-Cola, cuya infraestructura permitió una gran difusión.

La Escuela Mexicana de Turismo en 1962, tuvo una importante renovación debido a la demanda de personal capacitado y profesional en el turismo, por lo que se crearon varios centros de enseñanza adicionales para cubrir diferentes especialidades, incluso dentro de universidades, con el apoyo de gobiernos estatales. Sumándose a esta iniciativa el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) impartió instrucción técnica a los trabajadores de niveles primarios.

En este afán de profesionalización de cuadros turísticos y de ofertar a interesados del sector la adquisición de conocimientos básicos, la Secretaría de Educación Pública (SEP) crea en 1971 la Coordinación de Enseñanza Turística; la cual abarcaba cinco rubros: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, guías de turistas y transportes turísticos (*Ibíd.*).

Que sirvieron como guía para atender los requerimientos turísticos de ese momento. Incluyendo programas muy variadas, como el dominio de idiomas, relaciones públicas, recepción de viajeros, registro, conducción, manejo de comedores, cocina, bar y cuartos, cuestiones administrativas, promoción, guías y preparación de alimentos.

A partir de ello, en febrero de 1974, el Departamento de Turismo, junto con la SEP y el IMSS, elaboró el Plan Nacional de Enseñanza Turística. La profesionalización de cuadros turísticos abarcaba distintas categorías y actividades, no solo para el nivel técnico medio, sino para otros niveles superiores.

Una iniciativa que tenía como fin responder a estos requerimientos fue la creación del Centro Interamericano de Capacitación Turística, como parte de un acuerdo con la

Secretaría General de la Organización de los Estados Americanos (OEA) suscrito en marzo de 1973; orientado a cuatro áreas: capacitación, investigación, asistencia técnica y difusión, se vinculó con las cuatro categorías de las escuelas de turismo de esa época: básica, media superior y posgrado (*Ibíd.*).

Años después, se incorporó el concepto de capacitación del usuario, con lo cual se buscaba “concientizar al usuario para que ejerza su derecho a la recreación productiva, de la manera más beneficiosa para sí mismo, su familia y la sociedad”. Con esa finalidad se llevaron a cabo programas y campañas publicitarias sobre los derechos y obligaciones que se adquieren al hacer uso de los servicios turísticos.

El Centro Interamericano de Capacitación Turística y el Centro Internacional de Estudios Superiores de Turismo, que comenzó sus actividades en 1977, dependiente de la Organización Mundial de Turismo, prepararon, durante el periodo 1980-1982, a 3 mil alumnos, de los cuales 2,600 eran mexicanos.

Al dar comienzo el año de 1984, se pone en marcha el Programa Nacional de Capacitación Turística, cuyo objeto primordial es capacitar, por medio de brigadas móviles con apoyos didácticos y audiovisuales, a los prestadores de servicios turísticos que están íntimamente relacionados con el turista, como el recepcionista, el botones y la camarera, entre otros; para ello se editan manuales gratuitos para cada puesto específico. La meta fue, la de capacitar a 60,000 prestadores de servicios por medio de este programa (Turismo, 2005).

Ante esta necesidad de acuerdo con información gubernamental de 1990, el país contaba con un total de 297 instituciones educativas oficiales y privadas en los niveles básicos, medio y superior que impartían carreras que abarcaban desde especialidades en servicios hasta las destinadas a la alta gerencia. Las entidades federativas con mayor número de instituciones eran, en orden de importancia, el Distrito Federal con 67, Estado de México con 27, Jalisco con 22 y Guerrero con 13 (*Ibíd.*).

Durante el período de trabajo 1989-1990 de SECTUR, se informó a la opinión pública, la impartición de 1,250 cursos para capacitar a más de 32 mil empleados en

40 especialidades, con lo que se benefició a más 4 mil empresas en el territorio nacional. De igual manera, se difundió la Cartilla Turística Escolar en las principales ciudades del país, con el fin de “estimular y promover el turismo interno, así como el cuidado y preservación de nuestro patrimonio cultural y los recursos naturales” (Turismo, 2005:111).

El programa de Conciencia Turística era valioso pero limitado, pues tenía una vocación conductista y circunscrita a promover actitudes amables y honestas. Era bueno, pero se quedaba corto, pues lo que se proponía era que las comunidades receptoras tuvieran una comprensión profunda y crítica sobre el fenómeno turístico.

1.6 Cultura Turística

La evolución del programa de Conciencia Turística a Cultura Turística no fue un tema exclusivamente semántico o típico del funcionario que desconoce lo hecho y bautiza todo como si con él se hubieran inaugurado los tiempos de la humanidad. La esencia de la propuesta, con sus nuevos cursos y talleres, fue pasar de la sonrisa *Pavloviana* a reflexiones colectivas sobre cómo desarrollar mejor el turismo en los distintos destinos y regiones (Hiernaux, 2015:510).

El criterio de cultura turística en México es relativamente reciente; es en la década de los '90, cuando debió modernizarse el diseño de los programas de instrucción de los '70, ante el rezago que se observaba en los pequeños y medianos hoteles respecto de las cadenas hoteleras, que cuentan con sistemas de capacitación propios.

También fue necesario dinamizar la enseñanza en otros subsectores, como la industria restaurantera, las agencias de viajes y la organización de ferias, exposiciones y convenciones. Aspectos organizativos y respuestas eficientes fueron objetos de trabajo, pero también se debió resolver la problemática relacionada con el carácter actitudinal.

En 1992 con la llegada de Manuel Rodríguez Woog a la Dirección General de Capacitación y Educación Turística, se realizan los primeros análisis para incorporar nuevos elementos a los esfuerzos de concientización turística; que en un principio la SECTUR tenía y, como principal instrumento la Cartilla Turística Escolar (pequeño cuadernillo destinado a estudiantes de primaria, ilustrado con el ABC de los beneficios del turismo), así mismo, se promovían cursos dirigidos a personal de contacto con ciertas limitaciones (Hiernaux, 2015).

Es a partir de 1992, cuando la SECTUR, se propuso una política en materia de turismo y recursos humanos basada en tres líneas de acción: a) vinculación escuela - empresa, b) cultura turística y c) procesos locales de capacitación, esta última, buscaba generar en cada destino turístico una dinámica permanente de formación, desarrollo y actualización de personal calificado (Turismo, 2005).

En este período, la política de educación, capacitación y cultura turística debía orientarse principalmente al fortalecimiento de los destinos turísticos que participaban en mayor medida en la creación de empleos, la generación de divisas y el desarrollo regional.

Dicho programa se definió en varias etapas, correspondientes a la aplicación de un diagnóstico de necesidades de capacitación, el diseño y desarrollo del programa (cursos), el proyecto y producción de los materiales de trabajo (audiovisuales e impresos), la definición de calendarios, así como sedes para su realización, un esquema de *benchmarking* para la identificación y posterior difusión de casos exitosos en materia de sistemas de calidad.

La otra vertiente del Programa recogía y potenciaba también la experiencia de la Secretaría de Turismo en el diseño y manejo de diversos planes de capacitación y transferencia de tecnología, tanto para entidades federativas como para los llamados Programas Regionales, como el de Cultura Turística Infantil e Imagen Urbana para ciudades coloniales, además de talleres de ecoturismo y competitividad.

En ambas vertientes se privilegió la difusión de casos exitosos de turismo sustentable, luego de reconocerse que a pesar de que en el país se habían desarrollado algunos

proyectos de capacitación y transferencia de tecnología en ese ámbito, éstos no habían sido objetos de una difusión real y consistente que permitiera dar a conocer al sector los beneficios alcanzados, con lo cual se había limitado su efecto multiplicador. Para formar nuevos cuadros vinculados con el desarrollo sustentable, el trabajo fue compartido con instituciones educativas de nivel superior.

Paralelamente y, en consecuencia con el proceso de descentralización y desconcentración de funciones y facultades en materia turística a los estados, se impulsaron los Programas de Capacitación y Cultura Turística para los prestadores de servicios, a través de las oficinas estatales del ramo.

A partir de estas consideraciones, se estableció el Programa Nacional de Capacitación Turística 2005, cuyo objetivo fue promover mayores niveles de autosuficiencia en el ámbito estatal. Para lograr, se impulsa la formación integral y eficiente de

Instructores, así como el desarrollo de los siguientes programas de capacitación de calidad:

1. Programa de Modernización para las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas (MPYMES).
2. Programa Nacional de Capacitación.
3. Programa de Manejo Higiénico de Alimentos, denominado Distintivo “H”.
4. Programa de Cultura Turística: Propicia que en los destinos del país exista una cultura, entendida como el conjunto de conceptos, actitudes y valores que la comunidad local debe mostrar ante los visitantes para crear conciencia acerca del valor del turismo, lo que traerá como consecuencia estimular el desarrollo de las poblaciones.
5. Programa México Limpio y Querido. Es un Programa de Cultura Turística dentro del cual se lleva a cabo una serie de acciones para mantener limpio los destinos turísticos.

6. Educación y Vinculación: Bases de coordinación SEP-SECTUR, vinculación con universidades y centros de educación turística, Encuentro Nacional de Educación Turística y Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil.

En Julio del 2000, la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados de la LVII Legislatura, publica “Ensayo Pragmático” sobre La Nueva Cultura Turística, con la ayuda del Dr. Edmundo Félix Escobar Peñaloza, investigador de filosofía e historia en el campo de la conducta humana; en él, se precisa la estructura técnica de los servicios turísticos, según los lineamientos de la Organización de Estados Americanos (OEA), difundidos por su centro de capacitación, con el siguiente marco teórico:

- Concepto de Turismo.
- Variedad, clasificación, y jerarquía de los servicios turísticos: Zonas, Áreas, Núcleos, Centros, Complejos y Corredores Turísticos.
- Sus bondades y condiciones de operación.

En este ensayo de La Nueva Cultura Turística, ejemplifica los viajes de:

- Placer.
- Negocios.
- Estudio.
- Del Turismo Educativo (Viajes Culturales) y
- Del Turismo programado como actividad expresa para fortalecer y actualizar la cultura de la familia, juventud, magisterio, empresarios y de todos los profesionistas (Legislatura, 2000).

Como en otros ámbitos de intervención gubernamental, se considera clave promover el desarrollo del factor humano, como elemento relevante en el aumento de la rentabilidad y la competitividad, bajo un esquema integral que considere todas las fases del proceso turístico (transporte, alojamiento, alimentación y actividades); producto de ese compromiso fue la elaboración del Programa de Capacitación

Integral y Modernización, dirigido a empresas turísticas de los principales destinos del país.

Con el mismo propósito, en el 2002, el Consejo Centroamericano de Turismo del Sistema para la Integración Centroamericana, auspiciado por la Agencia Interamericana para la Cooperación y el Desarrollo, AICD, la Unidad Intersectorial de Turismo de la Organización de Estados Americanos, OEA, publican el manual de Cultura Turística para fortalecer las posibilidades y la competitividad de los Países de Centroamérica: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá (OEA, 2002).

Debido a las nuevas tendencias mundiales del turismo, el 8 de noviembre de 2007, se aprueban por unanimidad, en el seno del Consejo Español de Turismo, y en la Conferencia Sectorial de Turismo, El Plan del Turismo Español Horizonte 2020, así como el Plan de desarrollo 08-12, donde se contempla el proyecto Anfitriones, que tiene como objetivo Impulsar una cultura colaborativa de atención al cliente antes, durante y después del viaje, capaz de mejorar la calidad percibida con parámetros de servicio y satisfacción del cliente.

A través de dos líneas de actuación: Cultura del Detalle y Destino en Detalle. En el primero se pretende fomentar la calidad percibida por el turista mediante la mejora de la atención al cliente. Para ello, se desarrolla una estrategia orientada a enriquecer la experiencia del turista, que fomente la cultura del detalle, la hospitalidad y el compromiso del trabajo bien hecho.

El segundo, busca mejorar la calidad percibida por el cliente desde el punto de vista del destino. Para ello, se diseña una serie de actuaciones que estimulen la adopción de buenas prácticas de embellecimiento de los destinos turísticos, y aprovechar su carácter y singularidad.

Ambos considerados en su eje número 6 denominado Nueva Economía Turística, con el fin de mejorar la calidad de las empresas y destinos turísticos a través de conocimiento, innovación y mejoramiento del talento humano, para satisfacer de

forma correcta las expectativas del turista más exigente (Ministerio de industria, 2007).

El conocimiento es una herramienta esencial en todos los ámbitos de producción, por lo que en el turismo no se puede alejar de este hecho, la nueva realidad de la oferta y la demanda turística, sus implicaciones, así como los escenarios globales, obligan a la implementación de nuevos enfoques, estrategias de análisis y aplicación.

Al respecto La *Conselleria de Turisme de Govern de les Illes Balears*, en coordinación con la *Universitat de les Illes Balears "SA NOSTRA"* y la *Cambra de Comerc de Mallorca*, publican en el año 2009, EL LIBRO BLANCO DE LAS ISLAS BALEARES, "Hacia una Nueva Cultura Turística", como una estrategia para incidir tanto en la competitividad como sustentabilidad, de los tejidos empresariales y sociales turísticos, en el afán de conseguir un crecimiento equilibrado y respetuoso donde se desarrolla esta actividad humana (*Conselleria de Turisme, 2009*).

En este escenario global pero en una actuación local, el 11 de noviembre de 2014, es publicada en el periódico oficial no. 90, la Ley Número 494 de Fomento y Desarrollo Turístico para el Estado y los Municipios de Guerrero; donde refiere, en los artículos 27, 28, 29 y 30 del Capítulo V, la concurrencia de las entidades gubernamentales para la implementación de actividades que promuevan, fomenten, difundan entre la población residente la cultura turística, con el fin de crear el conocimiento de los beneficios del turismo.

Que en coordinación con las Secretarías de Educación, Cultura, Medio Ambiente y Recursos Naturales; se les requiere, promover programas que difundan la importancia de respetar y conservar los atractivos turísticos, así como mostrar un espíritu de servicio y hospitalidad hacia los turistas (Guerrero, 2014).

En México y los estados de la Republica, la SECTUR refiere, que la Cultura se integra por un conjunto de imaginarios colectivos y estructuras simbólicas de pensamiento (criterios, conocimientos, valores), los cuales se traducen en manifestaciones o expresiones (actitudes, costumbres, estilos de vida) que cohesionan a los miembros de una sociedad determinada y que la hacen diferente a las demás.

Mientras el Turismo es una actividad humana cuya esencia son el ocio y el tiempo libre que involucra desplazamiento y recepción sustentándose en el uso de los recursos y en la prestación de servicios, que genera repercusiones diversas.

Por lo que Cultura Turística, se puede entender que “dentro de la cultura íntegra de la sociedad, existe una parte orientada al conocimiento y valoración de la actividad turística, que busca la satisfacción del visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras” (SECTUR, 2015).

Cuando Cohen (1988, 1984), distingue entre formas institucionalizadas y no institucionalizadas de turismo, está hablando de dos culturas turísticas, cada una con sus códigos y reglas socialmente determinadas.

Reglas y códigos como la Carta del Turismo Sustentable (ONU, 1995), el Manual de gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial (UNESCO, 2005) y el Código Ético Mundial para el Turismo, que publicó la OMT y fue adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General (Santiago de Chile, 27 de diciembre-1 de octubre de 1999), formulado con 10 artículos como un conjunto omnicomprendido de principios concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico.

Dirigidos a gobiernos, empresas turísticas, comunidades y turistas por igual, cuyo objetivo es ayudar a maximizar los beneficios del sector, minimizando a la vez sus posibles consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades del mundo, considerando los aspectos positivos en el desarrollo de la actividad turística y sobre todo en el desarrollo sustentable como lo marca el artículo 3 del Código Ético Mundial para el Turismo que a letra dice:

Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sustentable, que sea capaz de satisfacer equitativamente, al que todos tengan acceso en ejercicio del derecho que corresponde a todas las personas de emplear el tiempo libre para fines de ocio y viajes, con el debido respeto a las opciones de sociedad de todos los pueblos (ONU-OMT, 2001).

En dicho código se tiene presente la rápida y continua evolución de esta actividad humana, sus efectos positivos como negativos en el medio ambiente, la economía, como en las sociedades de países emisores y receptores, en comunidades locales, poblaciones autóctonas; motivados por fomentar un turismo responsable y sustentable (*Ibíd.*)

1.7 Desarrollo Sustentable

Si una comunidad cuenta con el tipo adecuado de recursos, quizás tenga la oportunidad de desarrollo, que reporte considerables beneficios a todos sus miembros (OMT, 1993).

El desarrollo, deriva de un proceso social, económico, ecológico, cultural, político y tecnológico, con características, coherente, continuas y ordenadas con cierta temporalidad; que se construye con la unión de los integrantes de una comunidad al interactuar con su medio, adaptándose gradualmente e involucrando a todos; en esta evolución se perfeccionan de manera individual, de grupo o sociedades las condiciones de bienestar.

En suma, es la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades se satisfacen, lo que implica una mayor integración social y económica dentro de las humanidades, y con ello la disminución de la marginación económica y social.

Por un lado, genera condiciones de acceso a los diversos servicios sociales, a saber: educación, sanidad, alimentación, vivienda, seguridad; por otro lado, es un factor de cohesión social, en el que se refleja la participación de los tejidos sociales y gubernamentales, al garantizar que las instancias de autoridad sean oficinas de intermediación en la toma de decisiones.

En el informe de 1990 de la ONU, sobre Desarrollo Humano, describe que el desarrollo en general es básicamente un proceso de vida que permite contar con

alternativas u opciones de selección para las personas. Las aspiraciones de las personas pueden ser muchas, pero fundamentalmente se refieren a tres:

- La búsqueda de conocimientos;
- La posibilidad de tener una vida prolongada y saludable;
- Tener acceso a los recursos que permitan un aceptable nivel de vida.

Es a partir de estas tres finalidades que se derivan muchas otras (PNUD, 1990).

El concepto de desarrollo ha cambiado con los años y en la actualidad se han acordado que el desarrollo sustentable, fomenta la prosperidad y las oportunidades económicas, un mayor bienestar social y la protección del medio ambiente (ONU, 2015).

El paradigma de la sustentabilidad surge a finales del siglo XX, como una iniciativa al concepto de desarrollo habitual, donde prevalece el crecimiento equilibrado de los sectores económicos, ecológicos y culturales de la sociedad, sin comprometer la calidad de vida de la especie humana, mediante la utilización racional de los recursos y los sistemas naturales.

Cooper *et al.* (2005), examina y da definiciones desde varios puntos de vista sobre el concepto de sustentabilidad, reconoce también el esfuerzo que desde 1872, como la creación de parques nacionales (E.U.), protección de las aves en 1889 (Reino Unido), entre otros, han iniciado una serie de acciones que a finales del siglo XX, se han materializado en algunos principios, que dieron origen a manifestaciones provocando una inquietud global por la comprensión de la fragilidad de nuestro planeta.

Génesis:

A partir de la década de 1970, los científicos empezaron a darse cuenta de que muchas de sus acciones producían un mínimo impacto sobre la naturaleza, por lo que algunos especialistas señalaron la evidente pérdida de la biodiversidad y elaboraron teorías para explicar la vulnerabilidad de los sistemas naturales (Boullón, 1991:20).

Bajo este escenario, en esta década, el Club de Roma, una asociación privada concertada por empresarios, científicos y políticos, solicitó a investigadores del *Massachusetts Institute of Technology*, bajo la dirección del profesor Dennis L. Meadows, la realización de un estudio sobre las tendencias y los problemas económicos que amenazan a la sociedad global, denominado *el proyecto sobre el dilema de la humanidad*, bajo cinco ejes fundamentales a saber: población humana, producción agrícola, utilización de los recursos naturales, producción industrial, contaminación ambiental; con el financiamiento de la fundación Volkswagen, y la utilización del modelo “*Systems Dynamics*”.

Con base en los resultados, el equipo técnico ofrece nueve medidas preventivas, y fueron publicados en marzo de 1972 con el título “Los Límites del Crecimiento”, resumida en un dictamen claro:

Si se mantienen las tendencias actuales de crecimiento de la población mundial, industrialización, contaminación ambiental, producción de alimentos y agotamiento de los recursos, este planeta alcanzará los límites de su crecimiento en el curso de los próximos cien años. El resultado más probable sería un súbito e incontrolable descenso tanto de la población como de la capacidad industrial (Meadows *et al.*, 1972).

Como una consecuencia, el 16 de junio de 1972 se celebra la Declaración de Estocolmo sobre el Medio Ambiente Humano en la Conferencia de las Naciones Unidas; editada con la proclamación de 7 puntos y 26 principios; conocida como la primera Cumbre de la Tierra.

Para 1980, La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, publicó un informe titulado *Estrategia Mundial para la Conservación de la Naturaleza y de los Recursos Naturales* (formado por UICN, PNUMA y WWF), que impulsó la conservación de los recursos naturales a través del mantenimiento de los ecosistemas, la preservación de la diversidad genética y la utilización sostenida de especies y ecosistemas (UICN, 2016).

El siguiente hito en el camino hacia la sustentabilidad, refiere Cooper *et al.*, (2005), es el Informe Brundtland (1987), que tenía a ésta como uno de sus objetivos primarios:

Ayudar a definir unas percepciones compartidas acerca de las cuestiones de índole ambiental que se pueden suscitar a largo plazo y a los esfuerzos apropiados para abordar con éxito los problemas relacionados con la protección y mejora del entorno, un plan de acción de largo alcance que abarque las décadas venideras, y unas metas que plasmen las aspiraciones de la comunidad mundial (Brundtland, 1987: IX).

En este importante informe se definía elocuentemente el desarrollo sustentable como el que hace frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de la generaciones futuras para atender sus propias necesidades.

Posteriormente en junio de 1992, en la conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, mejor conocida como la Cumbre de la Tierra, se consolidó el concepto de desarrollo sustentable y se tomaron medidas relativas a problemas fundamentales de la relación entre el medio ambiente y desarrollo turístico a nivel mundial (OMT, 1993).

1.8 Sustentabilidad turística en México

En sintonía con las nuevas corrientes y conceptos turísticos, México suscribe la Declaración de Lanzarote o Carta de turismo sustentable, en el que se reiteró la necesidad de que esta actividad sea respetuosa del medio ambiente y obedezca a una práctica autosustentable.

Era indudable que el turismo, visto como una industria benéfica para el país, había ocasionado problemas que concernían no solo a la propiedad de la tierra, sino al empleo de ésta en términos ecológicamente sustentables.

De ahí el énfasis de un aprovechamiento turístico responsable y sustentable que abrió la puerta a una nueva oferta en la Sierra Tarahumara, en el mundo maya del sureste y en parques naturales y áreas protegidas seleccionadas con prioridad tales como la ballena gris en Baja California y mariposa monarca en Michoacán (SECTUR, 2011).

La administración del ciclo 1995-2000, formuló el Programa de Desarrollo del Sector Turismo, que se denominó “Alianza para el Turismo”, cuya articulación institucional involucraba al gabinete turístico, al Consejo Mexicano de Promoción Turística, a la Comisión Ejecutiva de Turismo y a los Consejos Consultivos Turísticos Estatales. Con énfasis en el desarrollo de la actividad con criterios de sustentabilidad y revaloración e importancia de los recursos ecológicos y culturales.

Determinó el rubro concerniente a la política de seguridad jurídica, desarrollo sustentable, ya que se consideraba necesario establecer normas y mecanismos que otorgarían certeza legal en materia de tenencia de la tierra, inversión, para que estimularan la creación de empleos, la generación de divisas además del desarrollo regional (SECTUR, 2005).

Otra problemática consistía en que muchos de los destinos mexicanos enfrentaban crisis ambientales y sociales, crecimientos urbanos desordenados, deterioro del entorno ecológico y pérdida de identidad cultural. Este escenario no es exclusivo del país, pues el llamado turismo de masas ha propiciado, a escala mundial, ciertos efectos negativos, como lo planteara Emanuel De Kadt (1976; 1979), en su libro: El turismo, ¿pasaporte al desarrollo?.

Ante esta tendencia mundial, la demanda de los turistas cambió, debido a que el modelo tradicional de sol y playa mostraba signos de debilitamiento, y los turistas buscaron expresiones alternativas del turismo.

Por lo que la preferencia de seleccionar aquellos destinos y empresas que cumplieran con prácticas ambientalmente respetuosas, obligaba a introducir medidas preventivas y correctivas en esas experiencias.

Así lo muestran las tendencias mundiales y se perfila en los próximos años como la base de un desarrollo sustentable y respetuoso de la naturaleza, la cultura local, y propiciadora de la rentabilidad de las empresas.

México, tomó una nueva dirección respecto a la actividad turística, a través de la suscripción de convenios, acuerdos internacionales, como la citada adhesión a la

Declaración de Lanzarote, encaminada al desarrollo de un turismo que satisfaga las expectativas y exigencias conservacionistas ambientales y acorde con las nuevas demandas, al ofrecer alternativas como el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo cultural (SECTUR, 2005).

En el Programa Nacional de Turismo 2001-2006, en estrecha vinculación con el Programa Nacional del Medio Ambiente y Recursos Naturales del mismo período, y del que derivó la Agenda 21 para el Turismo Mexicano, un esquema de trabajo con nuevas orientaciones encaminadas al desarrollo sustentable del sector.

Bajo ese nuevo enfoque y filosofía, se establece entre sus estrategias las acciones del diseño y aplicación del Programa de Capacitación y Transferencia de Tecnología para empresas Turísticas.

Este programa, se diseñó a partir del lema “El turismo: la fuerza que nos une”. Como ya se señaló, de él derivó la Agenda 21 para el Turismo Mexicano, la cual, sin duda, permitió reconceptualizar y redimensionar la política turística mexicana, al tiempo que la dotó de nuevos instrumentos y horizontes.

Detrás del Programa se hallaba el resultado de una amplia consulta nacional, de la que se derivaron exigencias sobre una mayor vinculación con los Estados y los Municipios, al igual que la sustentabilidad, mejoramiento y competitividad de los destinos turísticos.

La definición de la Agenda 21 privilegiaría el “ejercicio turístico limpio, respetuoso del ambiente y de las culturas locales, con la integración de las comunidades a los beneficios generados por la actividad”.

Se concluyó que las agendas de las llamadas potencias turísticas incluyen como temas básicos la sustentabilidad, la atención a las tendencias del mercado mundial y el aumento de la rentabilidad.

Destaca en la mayoría de esos modelos la búsqueda de la competitividad, entendida como mayor calidad en los servicios, desregulación, diversificación, conservación del

medio ambiente para las futuras generaciones y seguridad de los turistas, entre otros factores.

A partir del 2011 la Agenda 21 cambia de nombre a “Programa de Turismo Sustentable”, debido a observaciones de la Organización Mundial de Turismo. Enmarcado por tres grandes estrategias, a saber:

- Monitoreo y evaluación de la Sustentabilidad Turística (Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo).
- Agenda Intersectorial de Sustentabilidad.
- Promoción de mejores prácticas ambientales en empresas y destinos.

Integrados por 79 comités en la República Mexicana, con la aplicación del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo a 108 destinos, en donde por supuesto está considerado el Estado de Guerrero, solo con los destinos que integran el llamado Triángulo del Sol (SECTUR, 2011).

La Ley General de Turismo (2015), en el capítulo único de disposiciones generales refiere, que el Turismo Sustentable es aquel que cumple con las siguientes directrices:

- a) Dar un uso óptimo a los recursos naturales aptos para el desarrollo turístico, ayudando a conservarlos con apego a las leyes en la materia;
- b) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus atractivos culturales, sus valores tradicionales y arquitectónicos;
- c) Asegurar el desarrollo de las actividades económicas viables, que reporten beneficios socioeconómicos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo y obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, que contribuyan a mejorar las condiciones de vida.

CAPÍTULO II. DESARROLLO, EVOLUCIÓN E IMPLICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA COLONIA JUAN N. ÁLVAREZ

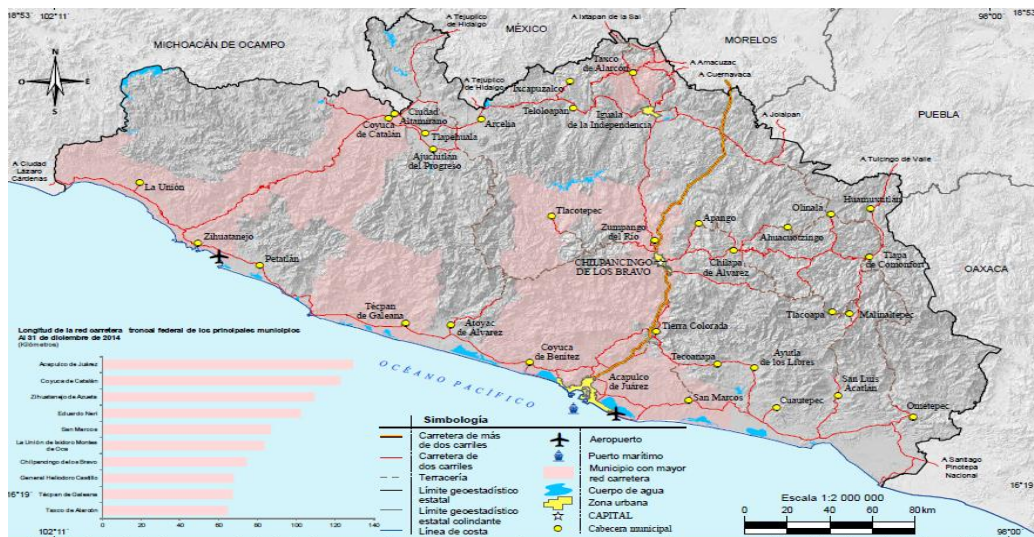
2.1 Delimitación del área de estudio

El estado de Guerrero representa el 3.2 % de la superficie del país, se ubica al Sur de la República Mexicana; sus coordenadas geográficas extremas son: al norte 18° 53' 16", al sur 16° 18' 57" de latitud norte; al este 98° 00' 26", al oeste 102° 11' 04" de longitud oeste.

Colinda al norte con Michoacán de Ocampo, México, Morelos y Puebla; al este con Puebla y Oaxaca; al sur con Oaxaca (Costa de Oaxaca) y el Océano Pacífico; al oeste con el Océano Pacífico y Michoacán de Ocampo; su capital es Chilpancingo de los Bravo; con 522 Km. de litorales que representa el 4.7 % del total nacional (INEGI, 2015).

Dividido en las regiones: Acapulco, Costa Chica, Costa Grande, Centro, Norte, Montaña, Tierra Caliente y recientemente Sierra, que constan de 81 municipios; con una infraestructura de carreteras que permite el acceso a las regiones con atractivos turísticos naturales y culturales (Figura 2.1).

Figura 2.1 Infraestructura de carreteras



Fuente: INEGI, 2015.

Tal es el caso de la región Costa Chica, ubicada al sureste del Estado, integrado por 15 municipios (San Marcos, Tecoanapa, Ayutla, Florencio Villarreal, Cuauhtepic, Copala, San Luis Acatlán, Azoyú, Igualapa, Cuajinicuilapa, Tlacoachistlahuaca, Ometepec, Xochistlahuaca, Marquelia, Juchitán).

Es justamente en este corredor costero, del sur del estado de Guerrero que se encuentra el municipio de Copala, al sureste de Chilpancingo, sobre la carretera federal Acapulco – Pinotepa Nacional, Oaxaca.

A 120 km del puerto de Acapulco está la cabecera municipal, situada en las márgenes del Río Copala; cuya Toponimia, Proviene del náhuatl copalli, copal, incienso, y de la partícula locativa abundancial; por lo tanto significa “lugar donde abunda el copal” (Copal, árbol, nombre científico: *Brusera excelsa*).

2.2 Antecedentes históricos

La referencia más antigua que se tiene sobre los habitantes del municipio de Copala data del año 1200; integrado por amuzgos y yopes (quienes convivían a veces de manera poco pacífica con amuzgos, mixtecos y zapotecos en lo que hoy conocemos como la Costa Chica).

A la caída de la capital azteca, en 1521, Hernán Cortés envió a sus capitanes por todo el imperio. Algunos de los reyes, como el de los zapotecos, prefirieron rendirse a pelear; otros, como los tarascos, opusieron resistencia. Al territorio suriano Cortés mandó a Gonzalo de Umbría, quien encontró oro por la región de Zacatula.

A la provincia de Ayacaxtla fue enviado Francisco de Orozco que, con grandes penalidades, pudo, por fin, someter a los pequeños caciques regionales; sin embargo, los yopes lo derrotaron en la serranía baja de San Luis Acatlán (población bautizada así por Pedro de Alvarado una vez que logró por la fuerza de las armas someter a la comarca). En el pueblo fundó el sexto ayuntamiento de la Nueva España. En los

cerros encontró oro, como en el caso de Copala, a tales tierras les dio el nombre de provincia de Jalapa (Guerrero Cultural, 2012).

A partir de 1524, Cortés inició el repartimiento de tierras, sobre todo entre quienes le ayudaron en la conquista de México. Algunas encomiendas, como Cacahuatepec, cercana a Acapulco, fueron para Juan Rodríguez de Villafuerte, en tanto Copala la reservó para la Corona española por su producción de oro. Hacia 1533, el gobierno de la audiencia estableció las alcaldías mayores y quedó Copala anexada a la de Ometepec, que a su vez dependía de la de Tlapa. Los frailes agustinos iniciaron la evangelización de las tierras en 1535. Copala pertenecía, en lo religioso, al poblado de Igualapa (*Ibíd.*).

Después de la conquista, los hacendados españoles trasladaron a Copala algunos esclavos procedentes de África, según lo manifiesta el Dr. Gonzalo Aguirre Beltrán en su libro Cuijla (Esbozo etnográfico de un pueblo negro), que en su estudio sobre la población negra de la Costa Chica, refiere que esos contingentes, eran originarios de Sudán y Guinea, la mayoría de habla bantú, y que entre otras cosas, trajeron con ellos algunas plantas de plátano que hoy se conoce como “guineo”, así como costumbres y tradiciones presentes en nuestros días (Aguirre, 1989).

Ya asentados, lucharon junto a los insurgentes por la Independencia y fueron liberados, se quedaron en la región asumiendo las costumbres, la religión y la lengua de los españoles, pero también las costumbres y las creencias de los indígenas.

Habitan, desde entonces, de manera preferente en los municipios de Cuajinicuilapa, Azoyú, Copala, San Marcos, Acapulco, Coyuca de Benítez y a todo lo largo de la costa, cuyo clima es parecido al de su lugar de origen (*Ibíd.*).

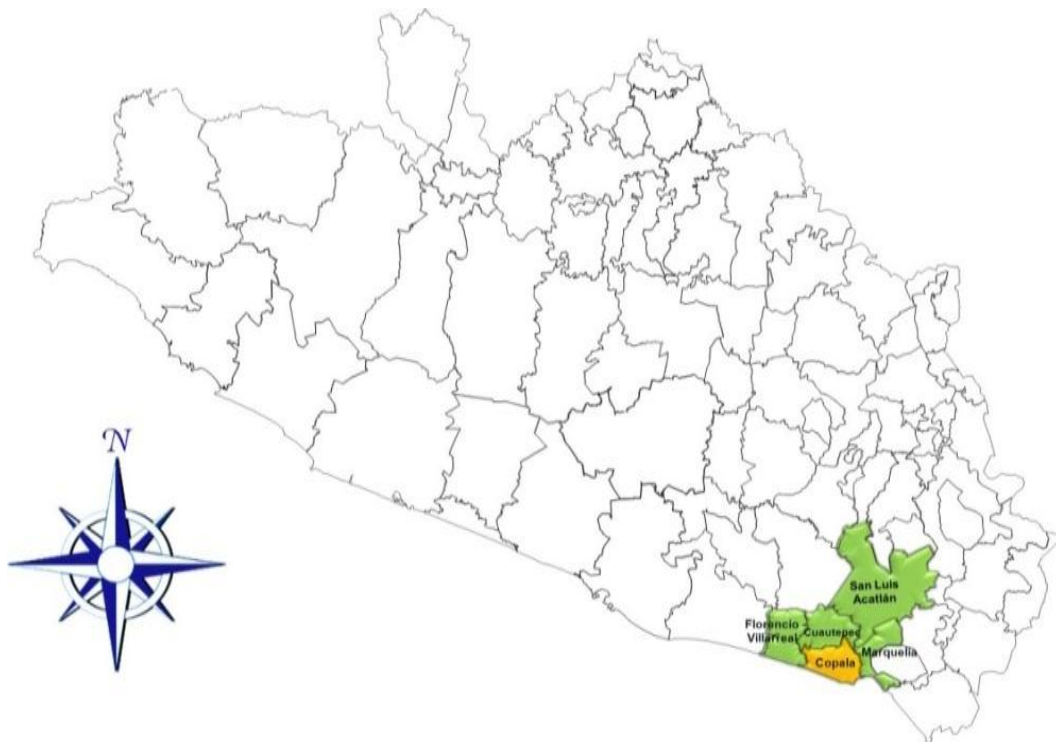
En 1786, las alcaldías mayores fueron sustituidas por el sistema administrativo de intendencia, de tal manera que las alcaldías se convirtieron en partidos. Copala pertenecía al partido de Ometepec, que a su vez dependía de la intendencia de Puebla. Agustín de Iturbide creó en 1821 la Capitanía General del Sur.

Al establecerse la República Federal en 1824, Copala pertenecía al Estado de Puebla y al distrito de Tlapa (del mismo Estado). Creado Guerrero, en 1849, fue municipio constituyente, siendo uno de los primeros en fundarse.

En 1850, se erigió el municipio de Copala como uno de los 38 que conformaban al Estado. En 1861, cedió una porción al municipio de Cuauhteppec y adquirió en ese mismo año la porción sur del municipio de Ayutla.

En 1899, cedió otra porción del norte al municipio de Cuauhteppec y su porción occidental a la formación del municipio Florencio Villarreal (Figura 2.2). Fue confirmado como municipio en 1861 (Guerrero Cultural, 2012).

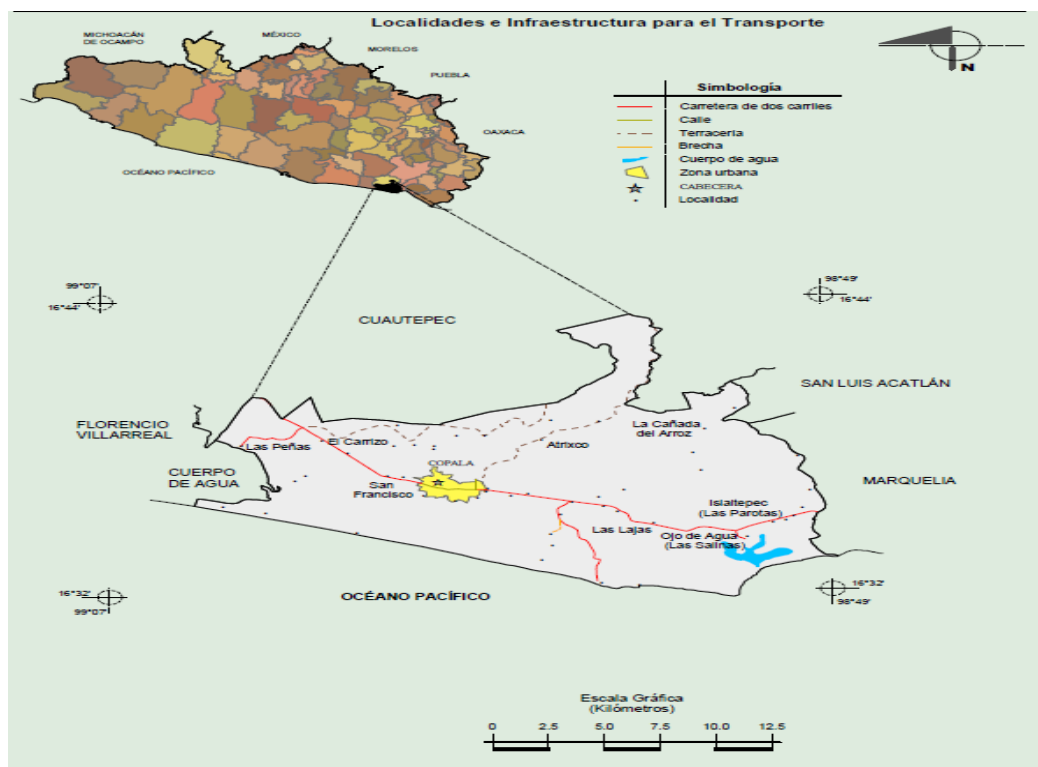
Figura 2.2 Municipio de Copala y colindantes



Fuente: Guerrero Cultural Siglo XXI, A. C., 2012.

En la actualidad, el municipio de Copala está integrado por 33 localidades (INEGI, 2015) cada una con marcadas particularidades territorial y de litoral, vasta en biodiversidad cultural, ecológica y social, que se caracterizan como posibles detonantes de actividades turísticas cualitativas⁴ como lo refiere García (2008), con un potencial privilegiado para el desarrollo del turismo; de fácil accesibilidad a través de una infraestructura para el transporte (Figura 2.3), que promueve el desarrollo de actividades productivas, entre otras el turismo de sol y playa.

Figura 2.3 Localidades e infraestructura para el transporte



Fuente: INEGI, 2015.

Es esta actividad humana que de manera evolutiva ha diseñado su progreso en una de estas localidades, cuyo nombre es, colonia Juan N. Álvarez.

El desarrollo turístico, lo determina la forma en que convergen la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad, que se adapta para satisfacer las necesidades

⁴ Turismo Alternativo (México) o Cualitativo (España), o 3 "L" (por sus siglas en inglés *landscape, leisure, learning*- paisaje, tiempo libre y aprendizaje).

de esparcimiento y recreación, así como la demanda, que con motivos de ocio u otras razones, visitan diversos destinos fuera de su lugar de origen en busca de una experiencia única y memorable.

Históricamente el nacimiento y evolución de un destino turístico surge entre otras cosas por lo que Boullon (1991) denomina Patrimonio Turístico, que se encuentran formados por: atractivos turísticos, planta turística, infraestructura, superestructura turística.

Sin embargo, este proceso como actividad productiva en la colonia Juan N. Álvarez proporciona, no solo beneficios positivos como generación de renta y empleos en los espacios donde se practica, si no también fuertes impactos negativos, al igual que en otros lugares con vocación turística.

Que Cervantes (2007) señala, como el crecimiento expansivo de la población y del desarrollo urbano paralelo, el incremento en la presión sobre los empleos, los servicios públicos y privados, la vivienda, la modificación de los factores psicológicos de la población local en su cultura e idiosincrasia, el redireccionamiento de las actividades económicas, la dependencia de las localidades al desarrollo del turismo alterando la estructura laboral y los papeles de la comunidad.

Por lo que esta actividad humana, no solo debe diseñarse desde una perspectiva económica ni de generación industrial, si no de concebir la compatibilidad de la población residente y la conservación del patrimonio cultural, social y ambiental, así como la singularización del destino que direcciona la visita de turistas.

2.3 Desarrollo y evolución de la actividad turística en la colonia Juan N. Álvarez

El desarrollo, es un proceso sociocultural con carácter territorial e histórico; y es en esta localidad rural, donde ha evolucionado la actividad turística con ciertas características peculiares y dignas de ser consideradas, con base en sus implicaciones socioculturales de la convergencia de factores, que dan origen a esta actividad económica en un escenario histórico y en la formación de una nueva territorialidad.

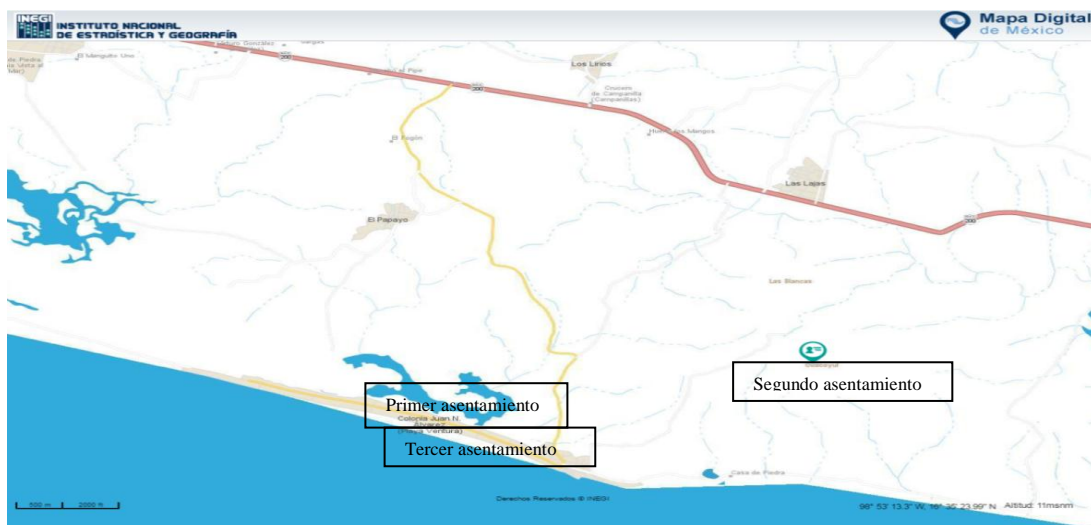
La colonia Juan N. Álvarez, pertenece al municipio de Copala y se encuentra en Latitud: 16°32'17"; Longitud: 098°54'43", Altitud: 0016 y es de tipo rural; en un principio pertenecía a la Hacienda Copala o Del Carmen propiedad del General Marco P. Martínez de la Llave en 1914 (Andraca, 2014).

Génesis:

La familia Ventura emigra del municipio de Copala por conflictos familiares, algunos a Cuernavaca; Morelos y otros, liderados por el Sr. Antelmo Ventura, se instalan en 1940, cerca de la laguna donde desemboca el río Cópala, convirtiéndose en los primeros pobladores de esa derivación geográfica.

Que a decir de la familia Ventura nombraron el lugar como Cabeza de charco, por su cercanía con el estero y la forma de éste, ya que es donde inicia este cuerpo de agua; posteriormente cambiaron su residencia, debido a una plaga de “pulgas” o “Niguas” (*Tunga penetrans*, especie de insecto sifonáptero de la familia Hectopsyllidae, que afecta principalmente la piel de los pies; se introduce en ella y produce prurito intenso) al lugar conocido como el cerro del Coacoyul, que por las características de ubicación como altura, tenían una mayor visión de los arribos o llegadas de extraños al lugar (Figura 2.4); acompañado en esta bonanza se integran las familias Tejada, Pérez y Pacheco (*Ibíd.*).

Figura 2.4 Ubicación de los primeros lugares de asentamiento humano



Fuente: Elaboración por el autor, a partir de datos de INEGI, 2017.

Acorde con datos del INEGI (2015), el desarrollo como evolución del lugar se produjo de la siguiente manera (Cuadro 2.1 y 2.2): en 1950 se llamaba Cabeza del charco y su categoría política era Rancho, con una población de 100 personas de las cuales 54 Hombres y 46 Mujeres.

Cuadro 2.1 Origen y Evolución de la colonia Juan N. Álvarez

Nombre y categoría política de la localidad rural Juan N. Álvarez			
Localidad Geo estadística	Área Geo estadística municipal	Categoría Política	Origen de Modificación
Cabeza del charco	Copala	Rancho	Censo de 1950
Juan N. Álvarez	Copala	Rancho	Censo de 1960 (cambió de nombre)
Colonia Juan N. Álvarez	Copala	Cuadrilla	Censo de 1970 (cambió de nombre)
Colonia Juan N. Álvarez	Copala	Cuadrilla	Censo de 1980
Colonia Juan N. Álvarez	Copala	Indefinida	Censo de 1990
Colonia Juan N. Álvarez (Playa Ventura)	Copala	Indefinida	Conteo de 1995
Colonia Juan N. Álvarez (Playa Ventura)	Copala	Indefinida	Censo de 2000
Colonia Juan N. Álvarez (Playa Ventura)	Copala	Indefinida	Conteo de 2005
Colonia Juan N. Álvarez (Playa Ventura)	Copala	Indefinida	Censo de 2010

Fuente: INEGI, 2015.

Cuadro 2.2 Evolución demográfica de la colonia Juan N. Álvarez

Origen y Evolución demográfica de la localidad rural Juan N. Álvarez					
Evento Censal	Fuente	Total de Habitantes	Porcentaje %	Hombres	Mujeres
1950	Censo	100	0	54	46
1960	Censo	100	0	52	48
1970	Censo	287	187	-	-
1980	Censo	312	8.70	156	156
1990	Censo	444	42.30	240	204
1995	Conteo	474	6.70	252	222
2000	Censo	535	12.87	282	253
2005	Conteo	420	-21.50	214	206
2010	Censo	555	32.14	274	281

Fuente: INEGI, 2015.

De acuerdo al plano de colonización voluntaria de la población que se inició en el año de 1949, los pobladores comentan que fue por iniciativa del Sr. Francisco Ventura cambiar el nombre por el de Juan N. Álvarez, en honor al ilustre Benemérito de la Patria e impulsor de la creación del estado de Guerrero (Andraca, 2014).

Con base en investigación de archivo de la Hemeroteca del Estado existe el dato en el Periódico Oficial del día 24 de enero de 1951, por medio del Decreto 115 se participa lo siguiente:

“Se exenta del pago de impuesto sobre traslado de dominio y derecho de registro público de la propiedad a los miembros de la colonia Juan N. Álvarez, municipio de Copala; Guerrero, en lo que se refiere a las operaciones de compra venta para la formación de la misma colonia”.

Lo anterior con la finalidad que la colonia se empezara a poblar y el gobierno Estatal del General Baltazar R. Leyva Mancilla otorgó esta facilidad a los que decidieran radicar en esta localidad (Ibíd.).

En 1960 cambió de nombre la localidad a Juan N. Álvarez, al igual que su categoría política era Rancho, con una población de 100 personas de las cuales 52 Hombres y 48 Mujeres; INEGI refiere que en el censo de 1970 cambió nuevamente a colonia Juan N. Álvarez con una categoría política de Cuadrilla, una población de 287, una densidad de 187 % sin precisar sexos; en 1980, con el mismo nombre y categoría política, tenía una población de 312, con un aumento mínimo de 8.7 %, de los cuales 156 Hombres y 156 Mujeres.

Sin embargo, a partir de 1990 su categoría política era indefinida, con una población de 444, es decir un aumento considerable del 42.30 % de los cuales 240 Hombres y 204 Mujeres; ya para el conteo de 1995 su categoría política aun Indefinida, empero, se le menciona como Playa Ventura, con una población de 474 con un aumento solo 6.70 % de los cuales 252 Hombres y 222 Mujeres; para el censo de 2000, su población era de 535 con un ampliación de 12.87 % de los cuales 282 Hombres y 253 Mujeres.

En el conteo de 2005 la población disminuyó un 21.50 % pues era de 420 de los cuales 214 Hombres y 206 Mujeres; en el último registro del censo de 2010 la población tuvo un repunte significativo de 32.14 % y era de 555 de los cuales 274 Hombres y 281 Mujeres. Desde entonces cuenta con una categoría política indefinida en los últimos 26 años (INEGI, 2015).

Vigente desde el inicio de esta investigación hasta el 2016 y aun no se registra el nombre oficial o marca turística de Playa Ventura.

En entrevista colectiva, la familia Pérez Ventura (mayo, 2016), refiere que entre 1968 y 1970, se construye la carretera de terracería de 7 kilómetros, que conecta de la carretera Federal 200, a lo que ahora se conoce como el “centro” en la colonia Juan N. Álvarez, esto por supuesto, trae consigo una serie de cambios primero de la geografía poblacional, ya que se tuvieron que trasladar al centro, como se muestra en la figura 2.4; segundo, en cuanto al comportamiento productivo de esta localidad, también se suscitó una transformación, pues en un principio las actividades económicas eran primarias con sus características respectivas, tales como siembra de ajonjolí, maíz, pesca, extracción de ostiones, y tercero, el aumento demográfico de 187 % en comparación con años anteriores.

El acceso a estos atractivos “arrastró” a un mercado interno de comunidades cercanas, y las familias que emigraron a Cuernavaca, regresaban al encuentro familiar; en la década de los ´70 a iniciativa del Sres. Antelmo Ventura y Mauricio Tejada, improvisaron una serie de puestos de especialidades gastronómicas de tipo económicas, y en 1972, el Sr. Francisco Ventura Rodríguez, construye una cabaña para ofrecer servicios de alimento a los turistas que visitaban el lugar, con el nombre de Pancho Ventura, bautizado el lugar posteriormente como Playa Ventura (Andraca, 2014).

Entre 1972 y 1975, los puestos improvisados, se convirtieron en modestos restaurantes, con un incremento en la carta de servicio a comensales, donde la materia prima era principalmente, productos del mar y laguna, mismo que generó un ingreso extra en la localidad, inmediatamente incrementaron las posibilidades de un futuro

próspero y las siguientes generaciones fueron beneficiadas con estudios fuera del Municipio, en su mayoría a Acapulco, Morelos, así como la Cd. de México, (entrevista colectiva familia Pérez Ventura; mayo, 2016).

La llegada de turistas extranjeros y nacionales fue en aumento, y las necesidades de un espacio para pernoctar se hicieron presentes, por lo que se acondicionaron espacios en la playa para acampar y cuartos con servicios compartidos, esto, motivo de manera gradual la llegada de más turistas, así que, los restaurantes boyantes se diversificaron, durante el periodo de 1980-1990 se convirtieron en hospedería.

En 1995, el comisario municipal de la colonia Juan N. Álvarez, Sr. Luis Pérez Ventura (entrevista, enero, 2017), da inicio a la pavimentación del único acceso vial, y es precisamente en ese año como lo muestra el cuadro 2.1, que en el conteo realizado por INEGI, considera nombrar el lugar Playa Ventura, solo como complemento de referencia geo estadística, mas no de manera oficial.

Refieren los entrevistados que en 2006, la tenencia de la tierra cobra mayor importancia y se inicia la regularización de terrenos y parcelas, con validez jurídica de títulos de propiedad. La tierra adquirió un potencial de inversión, extranjeros como nacionales compraron propiedades con el propósito de estar en el negocio.

Las inversiones de extranjeros en el lugar provocaron también un “empuje” de turistas italianos, belgas, norteamericanos, centroamericanos, entre otros, que con motivos familiares o de amistad conocían el lugar y los promocionaban en su país de origen.

Por la importancia del surgimiento de la actividad humana del turismo en este lugar, se crea en el 2002, la Dirección de Turismo Municipal, con el objeto de cooperación entre la emergente actividad turística con los prestadores de servicio turísticos y se nombra al Sr. Luis Pérez Ventura, como director de Turismo Municipal de Copala; primer director de turismo del municipio y primero de la región Costa Chica, en años posteriores (2015), por el impulso a esta actividad económica en la región, se consolida la Delegación Regional de Turismo Estatal, cuya función principal es disseminar información y acciones que fomente el desarrollo de la actividad turística;

en este encadenamiento de gestiones en beneficio del turismo, en 2016 se toma protesta al Consejo Turístico de Costa Chica, con el propósito de impulsar acciones para el desarrollo de esta actividad en la región, con la designación del Sr. Luis Pérez Ventura, como presidente del mismo.

2.4 Mercado turístico en la Colonia Juan N. Álvarez

Cooper *et al.* (2005), considera el turismo como un sistema funcional en donde los turistas buscan satisfacer necesidades diversas, motivo por el cual se trasladan de su lugar habitual a un destino, en la que realizan un gasto de renta; y los prestadores de servicios turísticos que ofrecen una serie de actividades comerciales a través de una actividad productiva y con el concurso de otros actores.

En este sistema, nace un marco social que crea condiciones para intercambiar bienes y servicios, que vinculan oferentes y demandantes en busca de una operación comercial integrada por la oferta y demanda turística.

Misma, que en un sentido general, se ha considerado con fundamentos tanto metodológicos como prácticos de estadísticas, como lo trata la publicación de *las Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo*, que en coordinación con la OMT y el Grupo Interinstitucional sobre Estadísticas de Turismo (EUROSTAT, OIT, FMI, OCDE, CEPAL, la División de Estadística de las Naciones Unidas, y la OMC), imprimen en 2010.

Como un instrumento para ayudar a los países a establecer las estadísticas de turismo de un modo integrado, inclusive aumentando la coherencia de las estadísticas de turismo con otras estadísticas oficiales y velando por el desarrollo de las cuentas satélite de turismo (ONU-OMT, 2010).

Que describe de la siguiente manera:

OFERTA TURÍSTICA

La provisión directa a los visitantes del conjunto de bienes y servicios que constituyen el gasto turístico, capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, asociados a un espacio geográfico, y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que se pone a disposición del público en el mercado, se compone de aquellos elementos que atraen al turista hacia el destino, que logran satisfacer sus necesidades y expectativas.

Así se distinguen los siguientes: recursos y atractivos turísticos, la planta turística, la infraestructura y las instituciones públicas y privadas que intervienen en el desarrollo turístico.

Empero, el turismo como cualquier otra rama de producción, desarrolla sus actividades con la interacción de las decisiones tomadas por las fuerzas que integran este mercado, la oferta y demanda turística; en este sentido, la importancia que reviste la caracterización e identificación de los factores que inciden en el comportamiento de estos colectivos es esencial, no solo para describir el escenario de intercambio económico con pensamiento industrial, si no, para describir variables enmarcadas en un ámbito cualitativo (*Input-Output Social*), como las motivaciones, actitudes, valores, estilos de vida, cultura, entre otras y que juegan un papel importante en la transformación o simbiosis que se genera a partir del encuentro turista-residente, evolucionado a patrones de comportamiento de ambos.

En ese sentido, Figuerola (1985) refiere que el turismo no es ni un sector independiente de la economía, ni una rama productiva específica en el sector servicios de la economía ni una industria. Si por industria se entiende el conjunto de operaciones que concurren a la transformación de materias primas y a la producción de riqueza, muchos de los actos turísticos implican esta transformación, pero muchos otros no.

En relación al mercado turístico entiende que nace por la existencia de los servicios turísticos, ofrecidos por un grupo en forma y carácter heterogéneo y demandados por otro grupo.

Y cuyos elementos básicos son los siguientes:

- Las normas que impone la autoridad competente y de la cual depende la Actividad (planes, programas, etc.).
- Las características propias de los bienes y servicios que se intercambian (paquetes turísticos, circuitos, condición y situación de los recursos turísticos, etc.).
- La estructura interna del mercado o aspectos que regulan las relaciones entre sus miembros (sistemas de contratación, etc.);
- Y las características de los sujetos que integran el mercado (empresas, consumidores, intermediarios, etc.).

Por otro lado, Montaner (1996) describe que la oferta turística no es solamente la venta de un producto o servicio turístico, sino que el proceso de comercialización y venta está determinado por las propias características del servicio prestado; y es más importante que el proceso de venta. Según sea la calidad como la calidez en el servicio prestado en hospedaje, transportación o alimentos y bebidas, será el cumplimiento de las expectativas del turista.

Es el factor humano turístico que personaliza y caracteriza la oferta en espacio y tiempo al satisfacer necesidades propias y ajenas, aun cuando en ocasiones sean totalmente extremas, que determina con su labor la permanencia, aceptación, frecuencia o lealtad de los visitantes hacia un destino turístico.

En la personalización de funciones como: de ejecución, enlace e información, prestigio, calidad y representación, mismas que estarán determinadas por comportamientos físicos y psicosociales, a saber:

- I. Presencia física (vestimenta, higiene, etc.).
- II. Comportamiento psicofísico: ademanes, gestos, actitudes, lenguaje, etc.
- III. Comportamiento psicosocial:
 - *Formación general:* la formación general basada en los conocimientos y cultura general del prestador del servicio, y que contribuyen a su acervo cultural, indirecta o directamente relacionado con su profesión.
 - *Formación y experiencia profesional:* basada en los conocimientos científicos, técnicos tanto teóricos como prácticos para desempeñar las funciones encomendadas a cada puesto de trabajo.
 - *Perfil psicoprofesiográfico:* basado en las características físicas, psíquicas y sociales que debe tener el factor humano para desempeñar su puesto de trabajo y que deben estar en consonancia con lo que requiere el propio puesto de trabajo: amabilidad, don de gente, paciencia, iniciativa, profesionalidad, dotes de mando, de organización, de improvisación, extraversión, psicología. (*Ibíd.*).

Los atractivos, están antes de cualquier actividad turística y es la consecuencia del desarrollo de un destino de sol y playa; cuya característica, permitan el descanso por su territorio, atmosfera, paisaje, y entre otras cosas, por las adecuaciones estructurales que se realicen para el progreso de esta actividad humana en la localidad donde se desenvuelva.

Así como el consenso, para el disfrute de la comunidad anfitriona y visitantes, en el equilibrio de conservación del patrimonio cultural y ambiental, elementos diferenciadores que pueden constituir la preferencia de un producto turístico.

En el caso de la colonia Juan N. Álvarez, los principales atractivos cualitativos son, entre otros: el patrimonio sensorial, creado por la propia naturaleza del lugar, que en

la sensibilidad sonora y olfativa de ecosistemas únicos o endémicos se mezclan con la mirada turística (Urry, 2002); el patrimonio sociocultural, herencia genética e histórica que de manera evolutiva forma la singularidad de esta región de la Costa Chica, en la cosmovisión de los residentes, que, en un ambiente ordinario para la comunidad receptora, se convierte en algo extraordinario para los visitantes, seducidos por los alrededores o periferias, lejos de su lugar de origen, quizá, en la búsqueda de “el otro” en una visión antropológica o etnológica; creando un misticismo que en consecuencia, forma la experiencia individual y única de los visitantes.

En lo que respecta a los principales atractivos cuantitativos, son: Playa Casa de Piedra, que es la más frecuentada por la tranquilidad de su oleaje, el faro, característico del lugar que hace alusión a la torre de señalización luminosa situada como referencia y aviso costero para navegantes y Playa Pancho Ventura, misma que se ubica cerca de la primer cabaña que se construyó exprofeso para la atención de servicios turísticos, además del resto de playa aun sin clasificación; en las que se practican actividades recreativas como camping, liberaciones de tortugas en campamentos tortugeros y fogatas nocturnas.

Otras de las ofertas del lugar, es sin duda la Laguna que los pobladores denominan de Playa Ventura, que para el INEGI (2015), es oficialmente un estero nombrado el Rodeo, así lo plasma en la carta topográfica con base en la Normatividad del Sistema Nacional de Información Geográfica, en la que ofrecen paseos en kayak, así como la observación de la flora y fauna del lugar.

La plaza de los Pérez, ubicada en el corazón de la colonia y sitio obligado de convivencia y cofradía, donde después de la puesta de sol los turistas y la comunidad anfitriona convergen en un ambiente festivo.

Además, por estar integrado a la comunidad, las ferias y fiestas patronales son también una oferta adicional, a lo que Mac Cannell (1976) considera como el *back stage*.

En cuanto a infraestructura gubernamental, en años recientes se inauguró la Casa de la Cultura (2013), utilizada para presentaciones artísticas en temporadas turísticas y actividades de aprendizaje para la localidad; existe también un espacio perteneciente a la comisaria municipal, que se ha acondicionado como cancha deportiva para juegos de fútbol llanero y exposiciones de diversa índole, donde en ocasiones los visitantes se suman como un espectador más; se menciona también la cercanía con la base militar (construida en 1998), que no es propiamente un atractivo turístico, pero incide en la tranquilidad de los visitantes.

De acuerdo con datos de la Secretaría de Fomento Turístico del estado de Guerrero, en la actualidad se tienen registrados 29 hoteles con servicio de restaurante, con una capacidad de 256 habitaciones con asistencia básica y precios diversos, algunos con diseños singulares que resaltan la influencia de la cultura africana (Aguirre, 1989); en la arquitectura de techos redondos, circulares o cónicos; común en el continente Africano, donde se aprecian diferentes formas de construcción como: en forma de colmena, cono en cilindro, cono en los polos, hastial techado, cono piramidal, rectángulo con techo redondeado y pendiente en los extremos.

Además de otros 28 restaurantes, con una gastronomía principalmente de productos marinos; y algunos de ellos, por su cercanía con la zona de playa, habilitan los espacios para la renta e instalación de casas de campaña, con gran aceptación de esta modalidad de hospedaje (SEFOTUR, 2015).

Empero, durante las visitas de campo, fue visible el aumento aun no cuantificado del incremento de sitios de hospedaje en lugares ya establecidos y también de nueva edificación. Lo que podría indicar una ampliación de la oferta de hospedaje.

DEMANDA TURÍSTICA

Como se refiere al inicio de este epígrafe, la conceptualización de la demanda turística está basado en particularidades estadísticas, como la medición tradicional de

las características y actividades de los visitantes por medio de indicadores físicos y variables monetarias, como el gasto turístico, su cobertura, momento de registro, su ubicación, sus diferentes categorías y clasificaciones (ONU-OMT, 2010).

Que se presenta como el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo.

En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes. Por otro lado, se considera como el componente más dinámico del sistema e implica al grupo de personas (actuales o potenciales) que viajan y hacen uso de los servicios e instalaciones creadas para su recreación.

Desde un punto de vista socio-económico, la demanda está determinada por la facilidad de acceso a los transportes, por los ingresos, por el nivel educativo y por el deseo de salir de la rutina; la demanda turística se genera cuando la sociedad haya superado, en forma general, un nivel de renta suficiente para cubrir las necesidades básicas.

No obstante, Montaner (1996) refiere, que la clientela turística o demanda turística tiene una serie de motivaciones para satisfacer sus necesidades primarias y secundarias relacionadas con el tiempo libre dedicado a las actividades turísticas o de viaje, que abarcan aspectos biológicos-constitucionales, psicológicos sociológicos, económicos, tales como:

- La elección y la compra de los productos y servicios turísticos
- El consumo de los productos turísticos
- La prestación de los servicios turísticos
- La forma de llevar a cabo las actividades turísticas y de viaje

La demanda turística está relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

Sin duda, el poder económico de la demanda determina su dirección, pero existe un conjunto de variables con mayor peso en el comportamiento del consumidor, su proceso en la toma de decisiones, y se trata de factores de motivación, sociológicos, psicológicos, formas y estilos de vida, tiempo de ocio, nivel cultural, costumbres estacionales, creencias ideológicas, religiosas y factores demográficos poblacionales.

La motivación es la inducción preliminar, que pone en marcha todo el proceso en la disposición del viaje. Según la premisa de Maslow (1991), estas motivaciones vienen determinadas por una serie de necesidades que afectan a todos los individuos y se hayan dispuestas jerárquicamente, por lo que cuando una necesidad de nivel bajo es atendida, deja de ser motivadora del comportamiento, dando oportunidad para que surja la del nivel más alto y ésta se pueda desarrollar.

La demanda Turística en la colonia Juan N. Álvarez, se ve impulsada (*Push*) con la construcción de la carretera de terracería (entre 1968 y 1970), ya que facilitaba de gran manera, la movilidad hacia ese lugar, que en un principio los visitantes fueron internos y de comunidades cercanas, con cierto poder económico en comparación con sus coterráneos.

Además, los familiares que en un principio emigraron de Copala a Cuernavaca; Morelos, por los conflictos, regresaban al encuentro familiar, entre ellos el Dr. Ángel Ventura Nery, quien invita a amigos cercanos y a pesar de la falta de infraestructura para el desarrollo de actividades turísticas, el interés por visitar el lugar fue muy bien aceptado, lo que convirtió su viaje en un medio de expresar curiosidad y satisfacerla, estos primeros visitantes con características extrovertidas y de espíritu aventurero, son a los que Plog (2001), denomina Alocéntrico (entrevista colectiva familia Pérez Ventura; mayo, 2016).

En entrevista, el sr. Francisco Vielma Solís (enero, 2017) reseña, que un acontecimiento de gran impacto mundial generó una movilización de personas a esta región de la Costa Chica de Guerrero y Costa de Oaxaca, misma que por las características del suceso provocó una necesidad de hospedaje en cielo abierto o al aire libre, y se refiere por supuesto a que el 7 de marzo de 1970, se produjo un Eclipse solar, que inició en el Océano Pacífico, cruzó el Istmo de Tehuantepec, el Golfo de México, la península de Florida, la costa este de Estados Unidos y finalizó en el Atlántico Norte.

Tuvo una duración de 3 minutos y 28 segundos, información confirmada en la publicación, *Excélsior en la Ciencia: Eclipses*, cuando el cielo se tiñe de negro (Excélsior, 2013).

Por otro lado Mac Cannell (1976), considera que las producciones culturales constituyen agentes poderosos en la definición, fuerza y dirección de una civilización y en los grupos generacionales están presentes, sobre todo con la influencia de las modas.

En este sentido, es en los años 60-70, una época generacional que cambiaron la forma de pensar y decidir sobre acontecimientos de carácter económico, político y social, gracias a importantes hechos como la revolución sexual, la liberación femenina y la lucha contra la discriminación racial.

Fue el momento en el que las generaciones juveniles se identificaban con el rock and roll, bandas de rock psicodélico, groove y folk contestatario, los factores políticos y bélicos de esa época motivaron movimientos sociales con tendencias de libertad.

A este colectivo se les nombró *hippie* (influenciado por la subcultura *beat* en el estilo de vida bohemia y actitud antiautoritaria), con marcados pensamientos de paz y amor al prójimo, buscaban formas de experiencia poco usuales en esos tiempos, como la meditación por motivaciones espirituales, religiosas, artísticas, políticas y ecologistas, aunque este movimiento fue de origen californiano, pronto se extiende por el mundo.

Unos años antes, el 3 de junio de 1957, la revista LIFE publica un artículo titulado “En las sierras de México, un banquero neoyorquino participa en antiguos ritos practicados por indios que acostumbran a masticar raros hongos alucinantes”, para ser más precisos en el pequeño poblado de Huautla de Jiménez, ubicado en la Sierra Mazateca, al sur de México; Donde Robert Gordon Wasson, uno de los vicepresidentes de *J. P. Morgan & Co. Incorporated*, estuvo en las sierras de México, en compañía de su esposa, la Dra. Valentina P. Wasson, pediatra de Nueva York, estudiando ciertos hongos de cualidades alucinantes (LIFE, 1957).

En esta búsqueda de experiencias de abrir nuevos canales de conciencia, fue la cúspide de la mentalidad detrás del movimiento *hippie*, la psicodelia. Y en este tenor, existió un importante episodio que podría decirse dinamito el interés por los ritos y significados milenarios detrás de las sustancias psicoactivas, en particular de los hongos alucinógenos: el de María Sabina y sus “niños santos”, como ella los llamaba.

Inspirados por la publicación, científicos estudiosos de la composición de los hongos como Albert Hofmann (descubridor del LSD) y Roger Heim, y el propulsor de la psicodelia Timothy Leary, visitaron a María Sabina, se dice que también lo hicieron personajes como John Lennon, Bob Dylan, Jim Morrison y los Rolling Stones (*Ibíd.*).

Uno de los rasgos asociado a este movimiento fue el gusto por viajar, motivados por un autodescubrimiento y aventura, es decir de personalidad alocentrico.

En México los *hippies* fueron moda, la mayoría eran jóvenes de clase alta que adoptaban solo parcialmente la ideología. El movimiento alcanzó gran número de simpatizantes y en esa búsqueda de experiencias y espiritualidad se hicieron presentes en la Costa de Oaxaca y Costa Chica de Guerrero.

La revista Proceso, refiere que entre las décadas de los 60-70 en Zipolite, situado a 230 kilómetros de la ciudad de Oaxaca, llegaron cientos de *hippies* porque era la única playa nudista de México, el sitio ideal para ellos debido a la mínima vigilancia policiaca y al fácil acceso a las drogas. Actualmente aún pueden verse jóvenes y

viejos *hippies* nostálgicos en paseo por las calles e incluso aventureros de mochila provenientes de Europa y otras partes del mundo (Proceso, 2013).

Otras características propia del movimiento, fue darle valor a las culturas locales y autóctonas, con modos de vida no industrializados, con un perfil eco sustentables y humanitarios.

El gusto por viajar sin preocupación alguna por el dinero, lo realizaban por medio de “aventón” y siempre en esta movilidad o viaje cargaban con todo lo necesario para sobrevivir en un recorrido prolongado, entre esos, accesorios que podrían ser bolsas para dormir y casas de campaña, mismas que al llegar la hora de pernoctar se adecuaban a las circunstancias, incluso en la creación de “atmosferas ambientales muy particulares”, y en los espacios de playa se reunían alrededor de una fogata, algunos compartían experiencias de vida o simplemente se deleitaban acompañados de música interpretada por ellos mismos.

En ese tiempo, la llegada de estos visitantes a la costa chica de Guerrero, causó cierto revuelo y admiración en los lugares visitados, así lo refiere el Sr. Luis Pérez Ventura (enero, 2017), quien recuerda momentos de su infancia, ser testigo de visitas de este colectivo social, que por la condiciones del lugar apartado del bullicio social, en ocasiones el disfrute de la playa era sin ropa y con el consumo de “cigarros” de fabricación personal.

Pero sobre todo, es en la colonia Juan N. Álvarez, que por la geografía de su bahía y su entorno, provocó una modalidad de esparcimiento y descanso (Camping), misma que se acrecentó con locales y nacionales, como una característica singular.

Esta práctica de alojamiento, como consecuencia generacional e histórica (Mac Cannell, 1976), ha definido con fuerza y dirección esta modalidad de hospedaje presente en el lugar en nuestros días.

Por otro lado, la migración que con motivo de estudio hicieran los hijos de los residentes hacia Acapulco, Cd. de México y Morelos, hizo que esos estudiantes se convirtieran en incansables promotores de la colonia Juan N. Álvarez; un caso digno

de resaltar, es que uno de los descendientes de la familia Ventura, el Joven en ese tiempo, Remedio Pérez Ventura, quien tuvo la oportunidad de trabajar en una radiodifusora en Cuernavaca, Morelos. Lo que representó una plataforma de difusión y promoción (*Pull*) que de manera apasionada dio a conocer este lugar (mayo, 2016).

Se puede decir que el turismo hizo su aparición definitiva en 1975, con la llegada de las primeras excursiones escolares, realizadas por la Facultad de Biología de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, con el propósito de estudios relacionados con la flora y fauna del lugar, por su belleza virgen. Hecho que se puede marcar como el inicio de esta actividad humana con motivos de ocio y recreación, que genera una creciente actividad productiva.

Desde entonces, la evolución de la actividad humana del turismo en este lugar ha sido constante e ininterrumpida; de acuerdo con datos de la Secretaría de Fomento Turístico, los mercados nacionales e internos emisores son principalmente de Ciudad de México, Estado de México, Guerrero, Morelos y Puebla, en cuanto al mercado internacional son intermitentes, sin embargo existen cinco hospederías que trabajan con turistas alemanes, italianos, belgas, checoslovacos y estadounidenses (SEFOTUR, 2015).

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO Y RESULTADOS

3.1 Metodología de la investigación

Cuadro 3.1 Ficha metodológica de la investigación

Ficha Metodológica	
Enfoque de la investigación	Cuantitativa y Cualitativa (Mixta)
Alcance de la investigación	Descriptiva
Diseño de la investigación	No experimental – transversal
Selección de la muestra	No probabilística-dirigida
Unidad de análisis	Comunidad anfitriona de la colonia Juan N. Álvarez
Población	Prestadores de servicios turísticos de la colonia Juan N. Álvarez
Tipo de muestra	Dirigida
Instrumentos de medición	Cuestionario, Entrevista, Observación
Escalamiento	Tipo Likert

Fuente: Hernández Sampieri, *et al.*, 2010.

Cooper *et al.*, refiere que hay varios factores que se debe tomar en cuenta siempre que se realiza un estudio de este tipo entre la población local, en primer lugar, obtener una parcela representativa de la población. Esto quizá parezca obvio, para calcular los efectos reales y su nivel de penetración, es fundamental que la población encuestada pertenezca a un colectivo de la población más amplio.

En segundo lugar, es muy conveniente establecer si el encuestado identifica o no correctamente quién es un turista. La percepción errónea acerca de lo que define a un turista puede provocar que los estudios estructurados entorno a los residentes locales resulten engañosos.

En tercer lugar, en las zonas con problemas de estacionalidad, es igualmente importante llevar a cabo las encuestas en distintas épocas del año. Con mucha frecuencia, la rapidez con la que descienden los niveles de conciencia, resentimiento y otras características una vez que se deja atrás la temporada alta es un buen indicador de la magnitud alcanzada el impacto social del turismo (Cooper *et al.*, 2005).

3.1.1 Enfoque y alcance de la investigación

El cuadro 3.2 muestra el origen de las fuentes de cada indicador, lo que conforma una investigación mixta. Las fuentes para la recolección de datos son primarias, que se hicieron por medio de cuestionarios, entrevistas y observación en los participantes; también existen fuentes secundarias, a través de los cuales se reunió información referente a los datos cuantitativos y cualitativos requeridos para la investigación, todas con un alcance descriptivo.

Cuadro 3.2 Fuentes de datos

Indicadores	Fuentes primarias			Fuentes secundarias
	Estudio(encuesta)	Entrevista	Observación	INEGI, SEDESOL y CONEVAL
Economía	X	X	X	X
Educación		X	X	X
Gobernanza	X	X	X	X
Social	X	X	X	X
Género	X		X	X
Comunicación		X	X	X
Patrimonio	X	X	X	X

Fuente: Elaboración por el autor, 2017.

3.1.2 Diseño y selección de la muestra

Con base en datos proporcionados por el INEGI (2015), la Población económicamente activa está conformada por 121 masculino y 54 femenino, que en suma da un total de 175 de los cuales 40 son analfabetas (16 masculino, 24 femenino), por lo que arroja una densidad de 135 la población a encuestar, ya que las características de la interacción del servicio y conocimiento de la actividad humana del turismo, implica una comprensión mínima de leer y escribir.

Por lo que la aplicación de 70 cuestionarios, con un alcance descriptivo y un diseño transversal, representa una muestra del 51.81%; una muestra representativa, misma

que con los datos obtenidos se clasificó de acuerdo a los criterios de la investigación y la ponderación, para hacer un análisis estadístico y descriptivo.

3.1.3 Unidad de análisis y población

Donde la unidad de análisis es la comunidad anfitriona y la población encuestada los prestadores de servicios turísticos de la colonia Juan N. Álvarez; entre ellos la familia Pérez Ventura, el Sr. Luis Pérez Ventura y la comisaria del lugar, la Sra. Tomasa Silva Tejada, ambos descendientes de los primeros pobladores o fundadores de la colonia o campo de estudio, así como el esposo de la Sra. Silva, el Sr. Francisco Vielma Solís, quien también forma parte de los primeros pobladores del lugar, que de manera cronológica relataron el origen y evolución de la actividad humana del turismo en este lugar, así como al resto de los encuestados sumando un total de 70.

En la recolección de datos, existe información de entrevistas y de fuentes secundarias, entre ellas figuran los datos estadísticos proporcionados por INEGI, SEDESOL y CONEVAL; con un enfoque cuantitativo de la comunidad anfitriona.

3.1.4 Instrumentos de medición

Para el acopio de datos, se diseñó un cuestionario que consta de 30 reactivos, de los cuales las primeras cinco preguntas son abiertas y están relacionadas sobre el conocimiento general del turismo.

PREGUNTAS	%	%	%	TOTAL
¿Qué significa el turismo para usted?	65	30	5	100%
¿Qué significa atractivo turístico para usted?	71	17	12	100%
¿Qué significa producto turístico para usted?	78	20	2	100%
¿Existe un marco normativo que regula la actividad turística?	81	18	1	100%
¿Participa en las decisiones de gobierno en el desarrollo del turismo?	77	21	2	100%

Con respecto a los 25 reactivos restantes, son preguntas cerradas; en cuanto a las entrevistas, se realizaron de manera no estructura, colectiva e individual. Las observaciones se centraron en todo momento a las actitudes y aptitudes que tenía la comunidad anfitriona con respecto al tema del turismo como una actividad humana, durante la realización de las entrevistas y el levantamiento del cuestionario.

Todos los reactivos están diseñados en la propuesta de indicadores de cultura para el desarrollo de la UNESCO, que denomina el ADN de Cultura para el Desarrollo y se inspira en el concepto de ADN, o ácido desoxirribonucleico, que es el material hereditario de los seres humanos y de casi todos los demás organismos (UNESCO, 2014).

De acuerdo a la UNESCO, la analogía con la estructura del ADN ayuda a representar de manera sencilla las relaciones, complejas y en evolución constante, entre la cultura y el desarrollo.

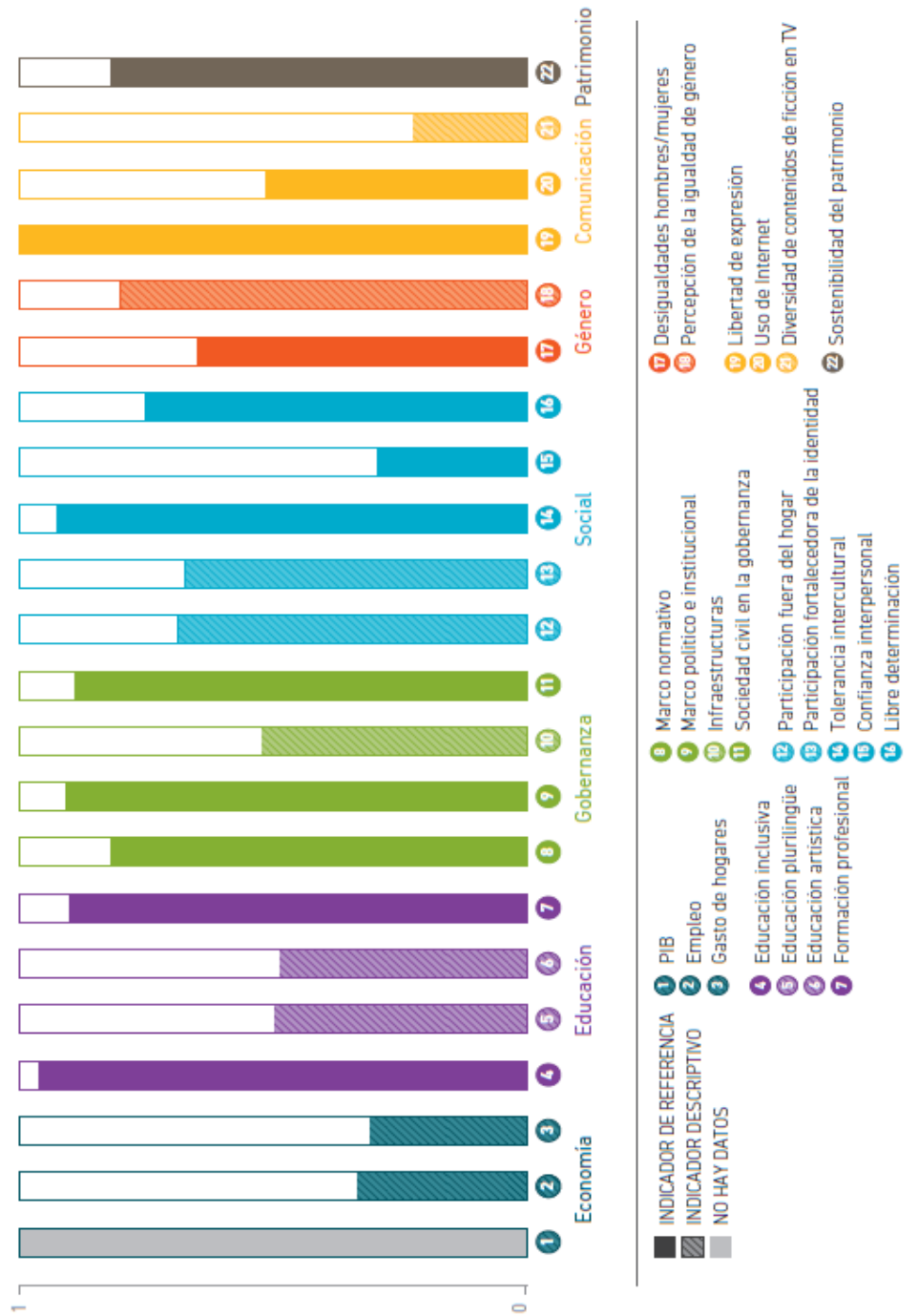
Ayuda a ilustrar el entorno y las condiciones concretas a que da lugar una matriz de políticas, medidas, tendencias y actitudes que, en un país determinado, afectan a la contribución de la cultura al desarrollo sustentable.

El ADN de cultura para el desarrollo, se representa mediante un código de barras integrado por 22 barras que resumen los resultados. Los indicadores de una misma dimensión están agrupados por colores. Así, cada color ilustra una de las siete dimensiones (*ibíd.*).

El ADN de Cultura para el Desarrollo se ha creado para facilitar un análisis transversal de los indicadores y una síntesis de la contribución incluyente y multidimensional de la cultura al desarrollo.

El total de los reactivos están diseñados en consideración de los tres pilares de la sustentabilidad.

Figura 3.1 Indicadores de cultura para el desarrollo



Fuente: UNESCO, 2014

3.1.5 Escalamiento

Con el propósito de analizar los datos obtenidos, se aplica la técnica de medición de la escala de Likert, para conocer la situación en la que se encuentra la comunidad anfitriona con respecto a las implicaciones del desarrollo de la actividad humana del turismo, donde en relación con el valor total generado en las encuestas se califican la actitud que se está midiendo.

De esta manera para conocer el resultado, se plantearon 25 preguntas a 70 encuestados de la comunidad anfitriona de la Colonia Juan N. Álvarez, con los siguientes valores:

Totalmente en desacuerdo: 1

En desacuerdo: 2

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo: 3

De acuerdo: 4

Totalmente de acuerdo: 5

En lo que respecta a la economía del lugar, se plantearon cinco preguntas a 70 encuestados con los siguientes valores:

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	TOTAL
La actividad turística genera empleo local de manera directa en el sector de servicios en la colonia Juan N. Álvarez	0	2	2	47	19	70
La actividad turística genera empleos de calidad en la colonia Juan N. Álvarez	4	7	7	38	14	70
La actividad turística genera inversiones en la economía local de la colonia Juan N. Álvarez	4	4	3	43	16	70
La actividad turística diversifica la economía local (primario, secundario y terciario) en la colonia Juan N. Álvarez	40	4	8	3	15	70
La actividad turística estimula la rentabilidad de las industrias domesticas locales en la colonia Juan N. Álvarez	26	20	12	2	10	70

En cuanto a la interacción social que podría generar el desarrollo de la actividad humana del turismo, se plantearon cinco preguntas a 70 encuestados con los siguientes valores:

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	TOTAL
La actividad turística genera entendimiento y decisión entre los colectivos sociales de la colonia Juan N. Álvarez	19	28	6	14	3	70
La actividad turística genera actividades que disfrutan los turistas y la comunidad local de la colonia Juan N. Álvarez	1	4	4	32	29	70
La actividad turística ayuda a la preservación del patrimonio histórico y cultural de la colonia Juan N. Álvarez	21	28	10	11	0	70
La actividad turística mejora la autoestima y revalorización del entorno de la población local de la colonia Juan N. Álvarez	1	4	4	38	23	70
La actividad turística genera comunicación y entendimiento entre personas de distintas procedencias en la colonia Juan N. Álvarez	2	1	10	33	24	70

Para conocer la ponderación de los valores y actitudes de la comunidad anfitriona, se plantearon diez preguntas a 70 encuestados con los siguientes valores:

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	TOTAL
Los habitantes y PST de la colonia Juan N. Álvarez son respetuosos con los turistas	2	4	4	25	35	70
Los habitantes y PST de la colonia Juan N. Álvarez son honestos con los turistas	4	4	5	20	37	70
Los habitantes y PST de la colonia Juan N. Álvarez son hospitalarios con los turistas	1	3	4	27	35	70
Los habitantes y PST de la colonia Juan N. Álvarez son responsables con los turistas	3	3	5	19	40	70
Los habitantes y PST de la colonia Juan N. Álvarez son comprometidos con los turistas	3	5	5	28	29	70
Los habitantes y PST de la colonia Juan N. Álvarez son profesionales en los servicios con los turistas	20	28	5	7	10	70
Los habitantes y PST de la colonia Juan N. Álvarez tienen disposición de servicio con los turistas	1	1	1	27	40	70
Los habitantes y PST de la colonia Juan N. Álvarez son amables con los turistas	2	3	5	23	37	70
Los habitantes y PST de la colonia Juan N. Álvarez son tolerantes con los turistas	2	3	2	38	25	70
Los habitantes y PST de la colonia Juan N. Álvarez están orgullosos del desarrollo de la actividad turística	3	3	5	23	36	70

Con respecto a la sustentabilidad o acciones sustentables que se realicen en la comunidad anfitriona de la colonia Juan N. Álvarez, se plantearon cinco preguntas a 70 encuestados con los siguientes valores:

PREGUNTAS	1	2	3	4	5	TOTAL
La actividad turística incorpora una planificación en la colonia Juan N. Álvarez	30	20	8	8	4	70
La actividad turística mejora el transporte, comunicación e infraestructura local básica en la colonia Juan N. Álvarez	27	10	15	11	7	70
La actividad turística controla y valora los impactos provocados en la colonia Juan N. Álvarez	32	10	13	11	4	70
La actividad turística desarrolla métodos de responsabilidad ambiental en la colonia Juan N. Álvarez	31	18	9	8	4	70
La actividad turística genera impactos en el medio natural, cultural y humano en la colonia Juan N. Álvarez	6	4	8	32	20	70

De acuerdo a estos valores y con base en los datos obtenidos de la misma, se realizan las sumatorias por sujeto respecto a los parámetros de estudio, cuyos resultados se presentan, analizan e interpretan.

3.1.6 Administración del proyecto

La administración del proyecto se realizó de la siguiente manera: La investigación de gabinete se ejecutó durante todo el año 2016, con respecto al trabajo de campo se consolidó en los días 13 y 14 de enero del 2017, después de la temporada decembrina.

Donde el investigador líder, delineó los cuestionarios, las entrevistas y con el propósito de cumplir con el diseño de la investigación, de recolectar datos de un solo momento y en un tiempo único, se constituyó un equipo técnico con estudiantes de 4to. Semestre de la Universidad Tecnológica del Mar con sede en la Costa Chica de nivel técnico, en la especialidad de Desarrollo y Gestión de Nuevos Productos Turísticos.

A los que se integraron en 10 dúos; y se les instruyó con las características y alcances que representa la investigación, para que realizaran las encuestas; siempre con la supervisión del investigador líder.

Esta serie de actividades representó un gasto económico, en el traslado y permanencia en el lugar, en la consecución de los objetivos de estudio, así como para el diseño de los cuestionarios, impresión, papelería, y demás recursos académicos propios y necesarios para buen término del proyecto de investigación; mismos que fueron resueltos, gracias al capital financiero aportado por el CONACYT a través de la Beca.

RESULTADOS

El desarrollo del turismo como actividad humana, debe estar orientada a una cohesión social del lugar donde se desenvuelve, con objetivos comunes para evitar impactos negativos y así mejorar las condiciones de vida, en otras palabras, un turismo sustentable.

La actividad humana del turismo produce una serie de efectos sobre la sociedad a diferentes niveles: personal, familiar y social, tales como psicosociológicos y culturales que determinan cambios, pautas y hábitos de conducta.

Así como el nivel cultural y de formación de las personas que desempeñan el rol de turista. (Montaner, 1996).

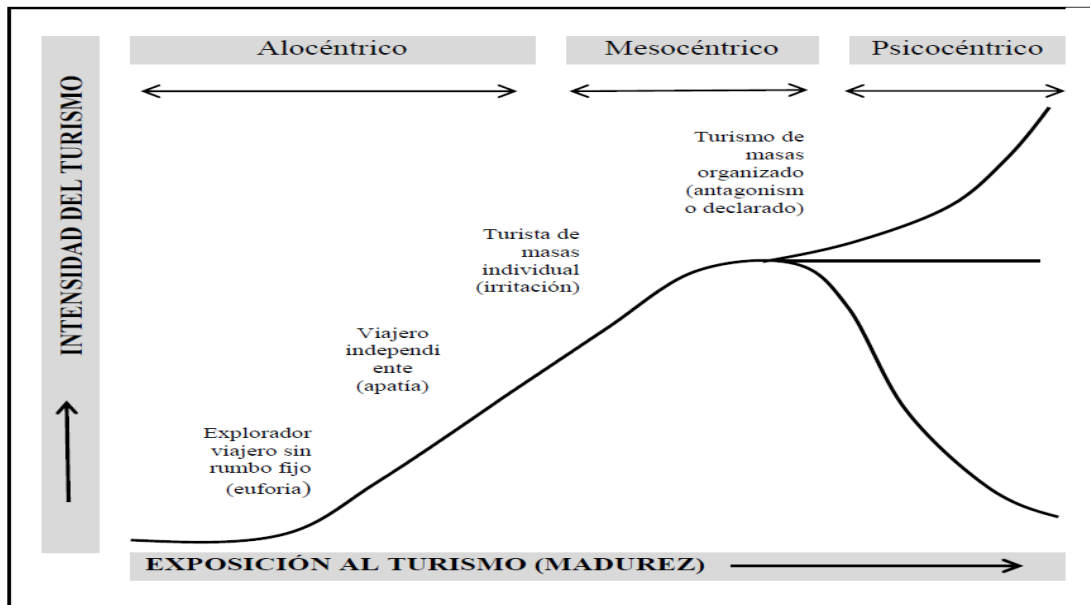
El turismo produce sobre toda persona que desempeña el rol de turista o sobre la familia en una situación vacacional o de actividad turística una serie de efectos que modifican positiva o negativamente los comportamientos psicosociales de las personas, individualmente o en grupo-familiar, de amistad (*ibíd.*).

No solamente en la sociedad que emite turismo, sino también en la sociedad receptora, lo que implica el turismo, es un cambio y evolución social, este aspecto es aplicable a los efectos que produce el turismo sobre las personas, sociedades y la geografía turística.

La relación existente entre el visitante y el anfitrión, desarrolla una serie de “afectos” o sentimientos de ambas partes, que pueden convertirse en detonantes o frenos de la actividad turística, los impactos positivos o negativos que se generan al desarrollar

esta actividad humana, pone de manifiesto una serie de intercambio de pensamientos o conductas que se ven reflejados en el primer momento de contacto (Figura 3.2).

Figura 3.2 Evolución de destino turístico, turistas y comunidad anfitriona



Fuente: Cooper *et al.*, 2005.

Según el postulado de Cohen (1984; 1988), la relación turista-residente se encuentra regulada por dos sistemas socioculturales diferente: un sistema nativo, que es invadido por el turismo, y un sistema turístico. La dinámica evolutiva de esta relación consiste en una transición del primero al segundo; es decir, es el sistema de los residentes el que tiene que adaptarse a las exigencias del sistema turístico.

La tipología del turista, nos muestra que tan variadas son las conductas de los visitantes y que, de manera particular se adaptan o no a las condiciones o reglamentaciones de cada lugar, y los impactos que se producen están determinados en cada uno de los destino como lo muestra la figura 3.2.

Para alcanzar los objetivos planteados y con base en recomendaciones sobre este tipo de investigación, el primer paso es analizar el grado de conocimientos de la comunidad anfitriona en la colonia Juan N. Álvarez, sobre la actividad humana del turismo, resultado de estas, se presenta la siguiente deducción:

El **65 %** contestó la economía (dinero, ingreso, ganancia), el **30 %** los visitantes y el **5 %** no sabe.

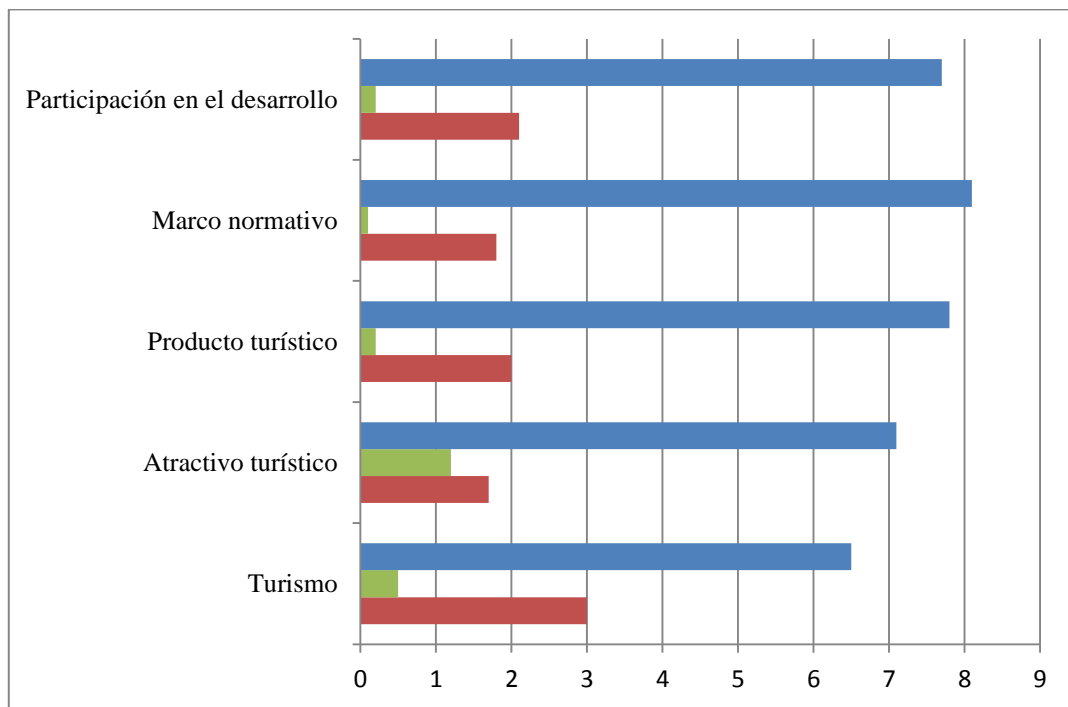
El **71 %** contestó la playa, el **17 %** lugar y el **12 %** el servicio.

El **78 %** contestó la gastronomía, el **20 %** el servicio y el **2 %** restante la economía.

El **81 %** contestó que no, el **18 %** que sí (sin mencionarlos) y el **1 %** que no sabía.

El **77 %** dijo que no, el **21 %** dijo que si (campañas políticas) y el **2 %** que no sabía.

Figura 3.3. Grado de conocimiento del turismo en la colonia Juan N. Álvarez



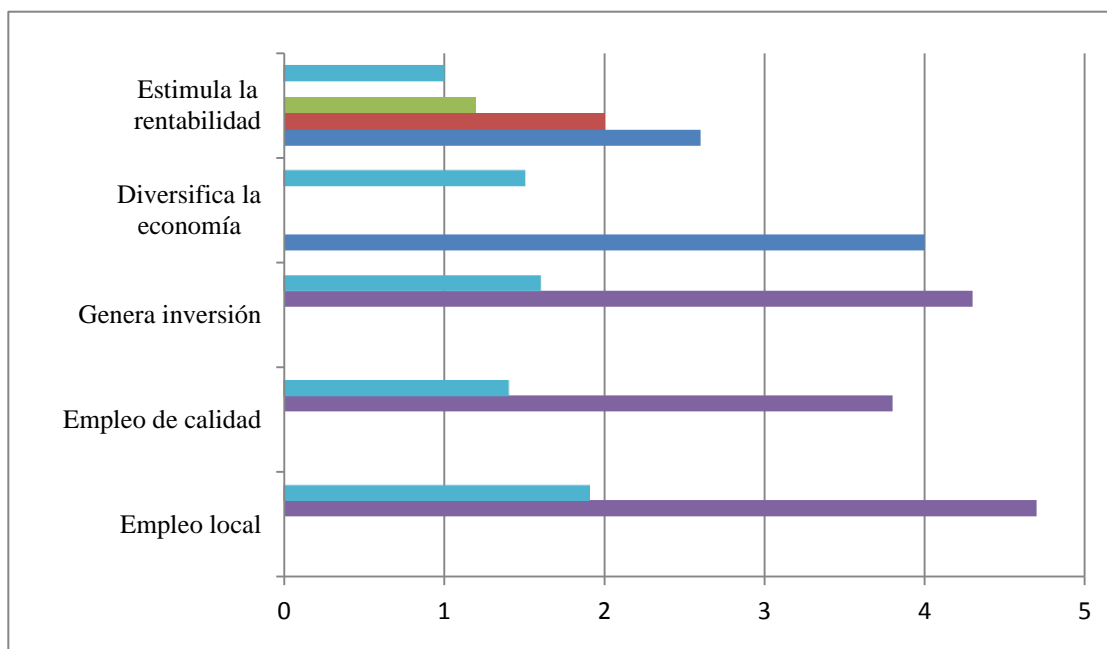
Fuente: Trabajo de campo del autor, 2017.

Los efectos directos con estos resultados nos indican: se promueve el modelo capitalista de renta y consumo; solo tienen presente un único atractivo que es el mar, sin programas o normativas que propicien el disfrute sustentable; no han desarrollado otro producto turístico, por lo que le apuestan a la gastronomía, sin embargo en lo que refiere al servicio no es competitiva, otro efecto de esta falta de productos turísticos es la estadia, ya que al no existir otra actividad de recreación, el tiempo de

permanencia en el lugar es corto; en lo que concierne a la participación en decisiones de gobierno sobre el desarrollo del turismo, existe una apatía y desconfianza, por lo que no hay una cohesión social que busque un desarrollo sustentable de la actividad humana del turismo.

Economía:

Figura 3.4 Desarrollo económico de la colonia Juan N. Álvarez

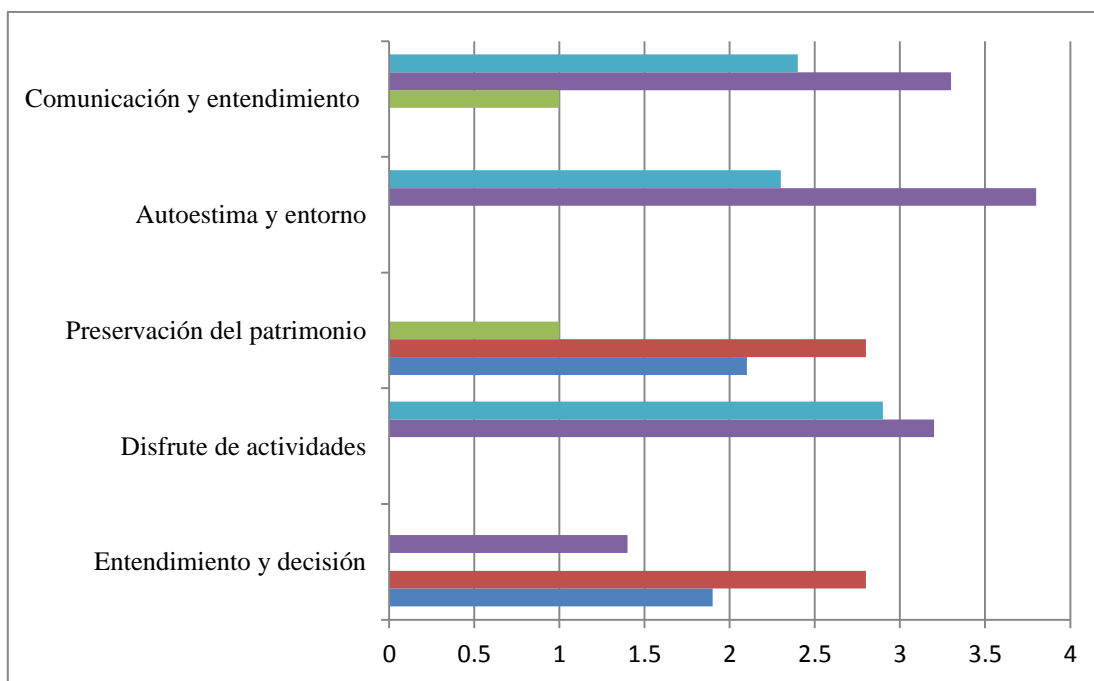


Fuente: Trabajo de campo del autor, 2017.

Si se genera empleo, pero no hay mano de obra calificada, por lo tanto el servicio es de mala calidad y reciben constantes quejas; los empleos son principalmente operativos; las inversiones son locales en menor cantidad, pero con ingresos extras como préstamos o después de vender algún patrimonio y con el propósito de incrementar servicios de hospedaje; para el resto de los pequeños negocios, no existen posibilidades de expansión o crecimiento, debido a que los insumos para la operación de los establecimientos turísticos se compran en Acapulco, Marquelia y Ometepepec, no se diversifica la economía, solo es el monocultivo de turismo.

Interacción social:

Figura 3.5 Interacción social de la colonia Juan N. Álvarez



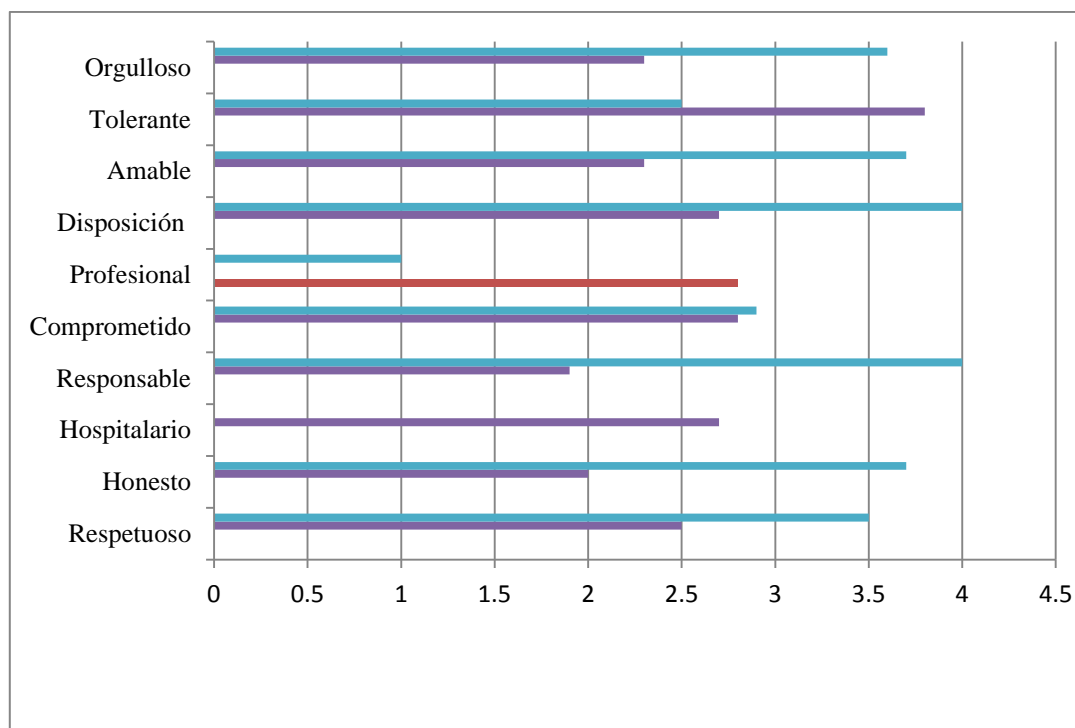
Fuente: Trabajo de campo del autor, 2017.

No existe entendimiento entre la comunidad anfitriona, ni aun en las propias familias, y la toma de decisiones en gestiones de turismo entre los tejidos gubernamentales solo son entre unos cuantos, al parecer, ese desapego comunitario casi siempre es por cuestión económica o territorial; con respecto a los atractivos con los que cuentan, son disfrute de todos, no hay preocupación por el entorno ni por el patrimonio histórico y cultural. Empero, la anfitrionía, un eslabón de valor, que hace la diferencia en la colonia Juan N. Álvarez y les permite un buen entendimiento con los visitantes.

Esta falta de cohesión social puede ser la causa de que el nombre o marca turística, de Playa Ventura, aun no se registre oficialmente; es hasta 1995 cuando empieza a referirse como Playa Ventura, incluso las identificaciones oficiales (IFE/INE) de la comunidad anfitriona así lo indican; las dependencias de turismo Estatal y Municipal así lo promocionan, pero oficialmente se llama colonia Juan N. Álvarez.

Valores y Actitudes:

Figura 3.6 Valores y actitudes de la colonia Juan N. Álvarez



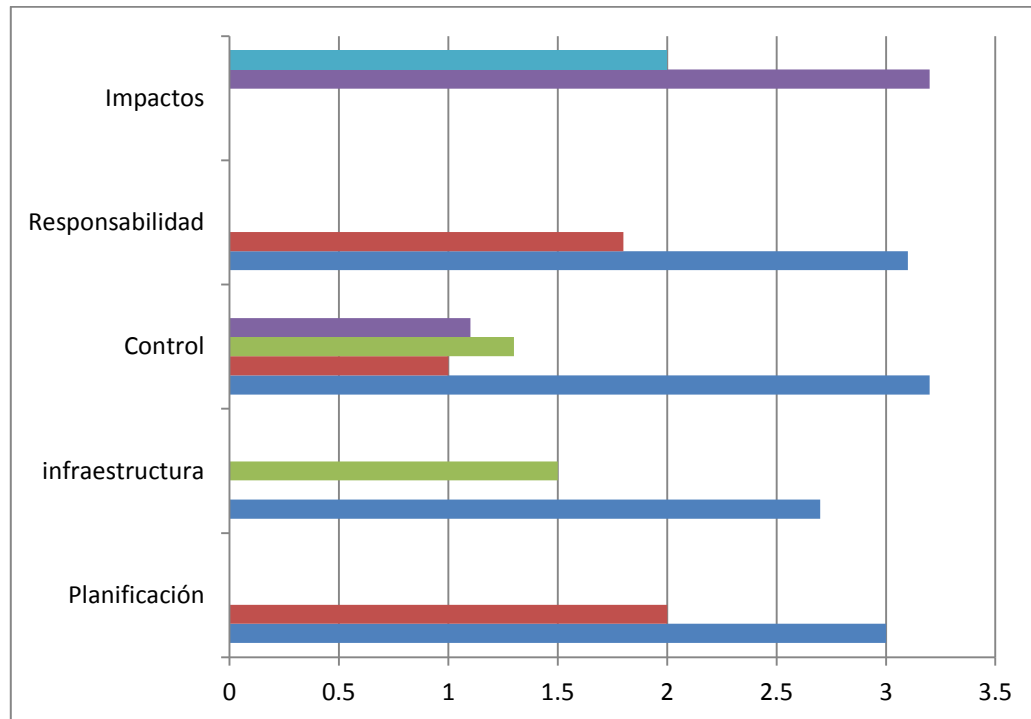
Fuente: Trabajo de campo del autor, 2017.

Con lo que respecta a los valores y actitudes, la mayoría de los encuestados se observó, mostró y así lo refirió en el cuestionario, ser respetuoso, honesto, hospitalario, responsable, comprometidos, amable, con disposición de servicio, tolerantes y orgullosos, por lo que su sistema de valores locales, representa un rasgo distintivo que beneficia el desarrollo de esta actividad humana y proyecta su singularidad.

Caso contrario a ser profesionales, por la falta de conocimientos de la actividad humana del turismo y las implicaciones en el servicio, rotación constante de la planta laboral, así como el bajo nivel educativo.

Sustentabilidad:

Figura 3.7 Sustentabilidad en la colonia Juan N. Álvarez



Fuente: Trabajo de campo del autor, 2017.

No existe normatividad ni legislación en la planeación de edificaciones, territoriales, zona federal, algún plan rector urbano, o plan maestro de infraestructura de vivienda, carretera, comunicación, o sustentabilidad del lugar, los impactos generados aun no son tan visibles, sin embargo el suministro de los recursos como el agua, cada vez es escaso y podría generar conflicto de intereses entre la comunidad anfitriona, los prestadores de servicios turísticos y los turistas, por el consumo o distribución en otra actividad productiva paralela al turismo (campo) que por las características del lugar se origina.

Otras variables no consideradas y que fueron encontradas son:

La **seguridad**, no existen casos, ni aislados ni cercanos de algún asunto ilícito, o eventos que pudieran ocasionar tensiones en temporada turística, saldo rojo o queja, en el que se afectaran a los visitantes; que sin duda, con la suma del sistema de valores locales y actitudes, se mantiene una modalidad de hospedaje (Camping) propia del lugar, otra singularidad que podría generar una estadía prolongada de visitantes u otro variante positiva, propia de esta actividad productiva.

Otra es la **Identidad**, llámese Afromexicano, Afromestizo o Afrodescendiente, es clara y visible la influencia genética africana en los residentes, no solo en la estructura física, sino también en la estructura social y cultural, reflejada en su lenguaje, costumbres y tradiciones (*heritage*).

Sin embargo, la diáspora existente principalmente entre los jóvenes con fines de estudio dentro o fuera del Estado, en sus planes futuros no consideran la posibilidad de regresar, ni aun los hijos de propietarios de restaurantes y hoteles, ya que no consideran su lugar de origen como algo propio, lo que genera una aculturación inducida por el interés o imitación de estilos de vida de los lugares en los que ahora radican, y disminuye de manera paulatina su patrimonio.

Y en consecuencia, que la población económicamente activa descienda y exista escasez de capital humano para cubrir las necesidades de servicio, aun en las comunidades cercana.

Por lo que el **Servicio** representa un eslabón débil; que ante la necesidad de cubrir vacantes, se promociona en las localidades circundantes los puestos operativos requeridos y genera una constante rotación de personal; y la atención la realizan los propietarios, en su mayoría de edad avanzada, con sus limitaciones, siendo la falta de competitividad una de las principales quejas del lugar.

De seguir así, la influencia histórica-patrimonial y el conocimiento útil que tienen los prestadores de servicio adquirido con el tiempo, se perderá o peor aún, que se genere una disparidad evolutiva y que cada vez disminuya la comunidad joven y se convierta en un destino con atención de servicios por longevos, lo que generaría la disminución de frecuencia como de fidelidad de los que ahora visitan el lugar.

De manera análoga a lo que sucede en los campos de cultivo de algunas regiones con actividades primarias, donde el abandono o migración de la planta laboral del cultivo de la tierra, deriva en la falta de oportunidades y desarrollo en la generación de renta y consumo de las comunidades donde tradicionalmente se ha practicado; las tierras permanecen desérticas e improductivas, lo que podría suceder en la colonia Juan N. Álvarez por el monocultivo del turismo que ahora existe.

En otro análisis realizado con información secundaria, en cuanto a los impactos provocados por la evolución del turismo en el área de estudio; de acuerdo con datos de SEDESOL, a pesar del desarrollo de la actividad turística en la colonia Juan N. Álvarez, son evidentes las marcas sociales que se describen en el comparativo del año 2005 (Cuadro 3.3).

Con un total de 420 habitantes, con 89 viviendas particulares habitadas, de 2 bajo donde existía un grado medio de marginación en la localidad y un grado de rezago, y 5 años después, es decir 2010, la población crece un 32 % (555), como consecuencia existe un aumento también del 42 % de vivienda (127) provocando que el grado de marginación pasara a ser alto y el de rezago social se convirtió en Bajo (SEDESOL, 2013; CONEVAL, 2013).

Cuadro 3.3 Impactos por la evolución del turismo de la colonia Juan N. Álvarez

Información de la localidad rural Juan N. Álvarez						
Año	2005			2010		
Datos demográficos	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Total de la población en la localidad	214	206	420	274	281	555
Viviendas particulares habitadas	89			127		
Grado de marginación de la localidad	Medio			Alto		
Grado de rezago social localidad	2 bajo			Bajo		

Fuente: CONEVAL, 2013 y SEDESOL, 2013.

En el mismo análisis, con datos de la Dirección General adjunta de Planeación en SEDESOL (Cuadro 3.4), reflejan indicadores en la carencia de calidad y espacio de

vivienda, donde hay un considerable incremento de viviendas con piso de tierra que genera un valor de 10 en 2005 a 22 en 2010; que como consecuencia de este aumento significativo, se ve reflejado en los servicios básicos de las viviendas particulares de la colonia Juan N. Álvarez, a saber: sin drenaje, sin agua entubada, con un valor de 36 en 2005 a 76 en 2010; sin luz eléctrica, sin sanitario; con huellas inmediatas en la ecología del lugar, sin lograr una compatibilidad entre la actividad turística y la preservación de la biodiversidad y los ecosistemas, en suma, la posible degradación del lugar.

Cuadro 3.4 Impactos en las viviendas de la colonia Juan N. Álvarez

Indicadores de Carencia en Vivienda				
Colonia Juan N. Álvarez	2005		2010	
Indicadores	Valor	%	Valor	%
Viviendas particulares habitadas	89		127	
Carencia de calidad y espacios de la vivienda				
Viviendas con piso de tierra	10	11.36	22	17.32
Carencia de acceso a los servicios básicos en las viviendas particulares habitadas				
Viviendas sin drenaje	17	19.32	14	11.48
Viviendas sin luz eléctrica	5	5.62	5	3.94
Viviendas sin agua entubada	36	40.91	47	59.84
Viviendas sin sanitario	18	20.22	15	11.81

Fuente: CONEVAL, 2013 y SEDESOL, 2013.

Con respecto al grado de educación, existe una vinculación directa con la ampliación de la urbe, donde la población de 15 años o más es analfabeta y ha aumentado en los siguientes 5 años del 2005 al 2010 aunque paso del 13.57 % al 11.02 %, al igual que el índice de la población de 15 años o más sin primaria completa, refleja el 30.04 % en 2005 a 26.07 % en el 2010, que al analizar ambos datos arrojan un estimado de 205.68 personas en edad productiva que son los posibles prestadores de servicios turísticos y significa casi la mitad de la población total, datos vigentes hasta la terminación de esta investigación, ya que CONEVAL y SEDESOL, considera estos datos actualizados al 2016, por lo que no es raro ver que ocupa el no honroso 70,514 lugar en el contexto nacional de marginación, como lo muestra el cuadro 3.5.

Educación y Género:

La relación hombre-mujer es de 97.51, existen más mujeres que hombres, la población analfabeta masculina de 15 años y más es de 16, mientras que en las mujeres es de 24 en el mismo rango y comparativo, el grado promedio de escolaridad de la población femenina es de 7.94, mientras que en la población masculina es 7.75.

Lo que se deduce que menos mujeres estudian pero de las que lo hacen el grado de aprovechamiento escolar es más alto; de ellas 11 entre las edades de 3 años y más habla alguna lengua indígena; predominan las jefaturas masculina y solo 54 de la población femenina es económicamente activa en comparación con las 121 de la población masculina (INEGI, 2015).

Cuadro 3.5 Nivel educativo en la colonia Juan N. Álvarez

Indicadores de Marginación		
Colonia Juan N. Álvarez	2005	2010
Población total	420	555
% Población de 15 años o más analfabeta	13.57	11.02
% Población de 15 años o más sin primaria completa	30.04	26.07
Índice de marginación	-0.85124	-0.54806
Grado de marginación	Medio	Alto
Lugar que ocupa en el contexto nacional		70,514

Fuente: SEDESOL, 2013.

De acuerdo con datos proporcionados por los encuestados solo existe una primaria desde hace 47 años, así mismo, una telesecundaria con diez años de antigüedad. Con lo que respecta a los indicadores de rezago social (Cuadro 3.6), que pasó de 2 bajo a Bajo, en 5 años conservado los mismos indicadores a la fecha de esta investigación (*Ibíd.*).

Cuadro 3.6 Rezago social en la colonia Juan N. Álvarez

Indicadores de Rezago Social		
Colonia Juan N. Álvarez	2005	2010
Población total	420	555
% de población de 6 a 14 años que no asiste a la escuela	0.94	1.64
% de población de 15 años y más con educación básica incompleta	53.91	47.11
% de población sin derecho-habienencia a servicios de salud	98.1	35.86
% de viviendas particulares habitadas que no disponen de excusado o sanitario	20.22	11.81
% de viviendas particulares habitadas que no disponen de agua entubada de la red pública	40.45	59.84
% de viviendas particulares habitadas que no disponen de drenaje	19.1	11.02
% de viviendas particulares habitadas que no disponen de energía eléctrica	5.62	3.94
Índice de rezago social	-0.76919	-0.71216
Grado de rezago social	2 bajo	Bajo

Fuente: SEDESOL, 2013.

Los servicios de sanidad en la comunidad anfitriona de la colonia Juan N. Álvarez, es limitada al no existir empleo con la normatividad de recaudación de impuesto y seguridad social (informalidad), no existe una derechohabiencia en servicios de salud de dependencias con infraestructura capacitada para ello, como el IMSS o ISSSTE, y la mayoría está registrada en el Seguro Popular, servicio que ofrece el Estado con ciertas limitaciones en cuanto al suministro de medicamentos y a tratamientos especializados.

Y se integra de la siguiente manera: sin derechohabiencia a servicios de salud 199, población derechohabiente a servicios de salud 350, de los cuales 3 del IMSS, 13 del ISSSTE, y 323 del Seguro Popular o Seguro Médico para una Nueva Generación, 11 indefinido (INEGI, 2015).

La continuidad de esta práctica de producción de servicios turísticos con características industriales, de renta y consumo, nos muestran un claro desequilibrio social, que somete también los recursos naturales en una posible presión, donde, desde un perspectiva económica el uso intensivo de estos recursos naturales no renovables, supone una alta depreciación del capital natural, y por ende, un menor nivel de renta per cápita a largo plazo (externalidades), como lo planteara Marshall (1931) y Pigou (2017).

En otras palabras, de continuar con el mismo sistema de producción con racionalidad capitalista, la colonia Juan N. Álvarez perderá, no solo su singularidad como destino con potencial turístico, sino también sus recursos naturales.

Además, lejos de promover una simbiosis, o mutación multicultural que contribuyan al capital social de esta comunidad receptora de turismo, se corre el riesgo de originar tensiones, propias de una actividad claramente orientada a maximizar la rentabilidad de los servicios turísticos a corto plazo, con una actitud irracional de comportamiento social y uso de los recursos naturales, que pueden comprometer la sustentabilidad de la actividad humana del turismo en la colonia Juan N. Álvarez y que finalice en una involución cultural.

Con base en los resultados de la investigación se acepta la hipótesis planteada, “la falta de una Cultura Turística es uno de los factores que inhibe el desarrollo sustentable en la colonia Juan N. Álvarez, municipio de Copala, Guerrero”; se cumple el objetivo general: Conocer la Cultura Turística como factor de desarrollo sustentable en la colonia Juan N. Álvarez, municipio de Copala, Guerrero e indicar, que la falta de ella, lo convierte en un destino vulnerable.

Se cumplen los objetivos particulares: conocer la percepción de la comunidad receptora sobre los conocimientos del turismo; así como sus repercusiones en el ADN de la cultura para el desarrollo (UNESCO, 2014), los valores, actitudes, cultura y sustentabilidad.

La actividad humana del turismo en la colonia Juan N. Álvarez desde una dimensión temporal, ha evolucionado en un nivel de beneficio local y regional en la creación de riqueza, con ciertos abruptos y oscilaciones; no obstante en una dimensión cualitativa esta prosperidad no ha creado elementos que demuestre la capacidad del turismo como generador de bienestar.

A lo largo de este periplo y con base en el estado del arte de esta investigación; se han presentado los paradigmas evolutivos sobre las consecuencias del desarrollo de esta actividad humana en los turistas (Plog), las motivaciones (Maslow) que direccionan

está movilidad, las implicaciones en los destinos (Butler), y la comunidad anfitriona (Doxey).

Así como una muestra clara de la inquietud de fomentar y facilitar el conocimiento para apoyar la construcción de un entorno de aprendizaje del turismo y sus repercusiones; como lo plantean los destinos líderes en Europa (España y Baleares).

Como la capacidad de capitalizar la información relevante y aprovecharla para la supervivencia de las empresas, destinos y productos turísticos, como lo señalan los organismos oficiales internacionales (OMT, ONU, OEA y UNESCO).

Empero, es ineludible el intercambio de conocimiento, y crear las plataformas e infraestructuras necesarias para que la información que produce el sector turístico sea vertebrada en los destinos o las comunidades anfitrionas, tal como lo plantean los programas oficiales y leyes de turismo de México y Guerrero (SECTUR, SEFOTUR), que puedan convertirse en herramienta de mejora de los productos y destinos turísticos, que sirva de referencia para la toma de decisiones.

Sin embargo, ninguna presenta elementos conceptuales de la Cultura Turística, mucho menos, instrumentos de gestión que sugieran una ruta crítica o herramienta indispensable, para competir en un entorno caracterizado por la globalización, el creciente poder de los clientes y un desarrollo tecnológico acelerado.

De ahí la importancia de innovar y diseñar estrategias de gestión que permitan un conocimiento amplio de la actividad humana del turismo y lograr un desarrollo equilibrado y sustentable, entre la comunidad anfitriona y los visitantes.

Es sin duda, la colonia Juan N. Álvarez un destino con potencial turístico de la región Costa Chica del estado de Guerrero, sus características ya mencionadas lo perfilan como uno de los posibles destinos turístico que podrían diversificar la oferta turística del Estado, por lo que nos obliga a plantear las siguientes.

RECOMENDACIONES

Como se ha analizado desde el principio, la relación equilibrada e interdependiente de la cultura y el turismo o turismo y cultura, dualidades situadas en procesos históricos, donde su interpretación simbólica, estructural, científica, emocional, mental y tópica, representa un proceso de desarrollo, en la consecución de la propia experiencia de ambas, y vinculándolas a las diferentes posiciones con respecto al significado de las mismas y discusión de los conceptos rectores de este estudio, como la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO y de Adrián Bull; se refiere que, la Cultura Turística es:

El conjunto de rasgos espirituales, materiales, intelectuales, así como afectivos que caracterizan a la actividad humana del turismo, en el uso de los recursos, economías y entornos, que fusiona modos de vida, sistema de valores, tradiciones, creencias; e introduce nuevas formas de identidad y pertenencia, en un equilibrio de bienestar sustentable, entre los visitantes y la comunidad anfitriona.

Las acciones del pasado son las que han configurado el presente de la colonia Juan N. Álvarez, depende de gestiones razonables y viables con el propósito de influir en el presente y direccionar de manera competitiva la construcción del futuro; la Guía para Planificadores Locales sobre Desarrollo Turístico Sustentable (OMT, 1993), sugiere un programa educativo que facilite conocer el enfoque estructurado del turismo, con un modelo de *Tourism Planning: An Integred and Sustainable Development Approach*, presentada por Edwar Inskeep, donde precisa la importancia de una educación de la comunidad anfitriona y los turistas con el consenso de las partes involucradas (*Stakeholders*) de los alcances del turismo.

Por lo que en la base ideológica de esta propuesta, anclar la cultura turística a las acciones de desarrollo en educación formativa, cuidado del medio ambiente, los recursos turísticos, con el consenso de los tejidos empresariales, gubernamentales y sociales, sirva para resaltar la especialización laboral y productiva, a la vez que contribuya a la reducción de la pobreza y rezago social; la cultura turística debe ser

un instrumento de cohesión social, situar la cultura turística en el núcleo del desarrollo puede constituir una condición de éxito en la práctica.

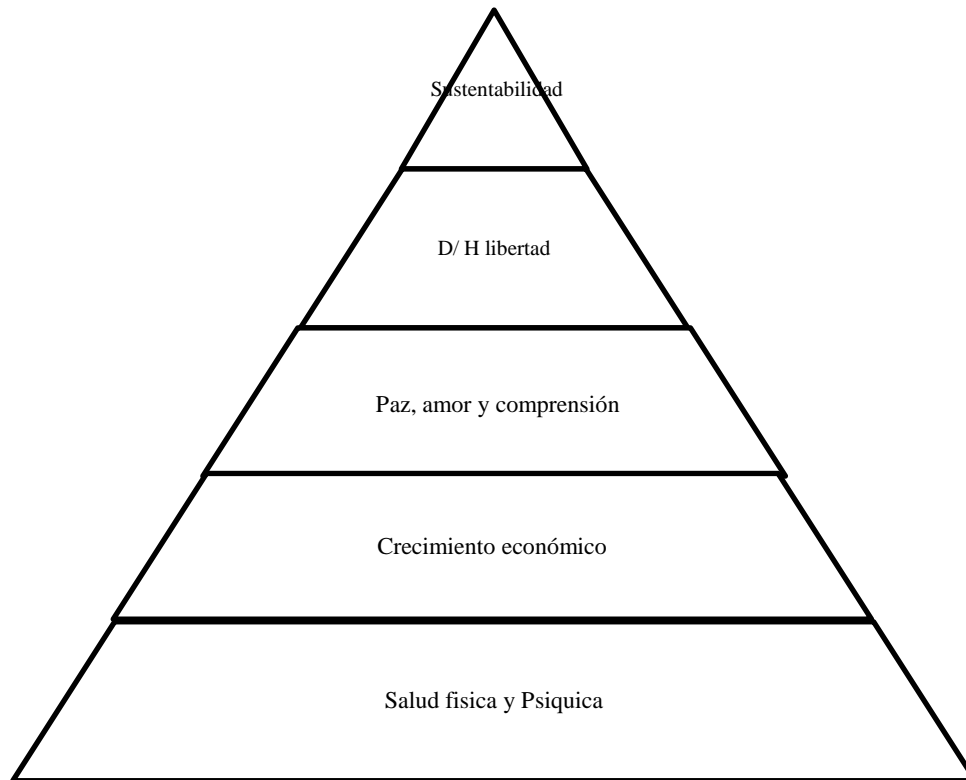
Misma que al igual que el turismo, sirva como instrumento de paz, orgullo por el patrimonio y favorezca la preservación de las culturas locales (IIPT, 2000); la cultura turística en la colonia Juan N. Álvarez, debe estar vertebrada a través de conocimientos, habilidades y destrezas que se puedan transmitir de generación en generación con ciertas variables de acuerdo a aptitudes y actitudes.

Adecuándolas a la evolución propia de la actividad humana del turismo como la reestructuración de las economías, liberación de los sectores productivos, segmentos crecientes de mercados, reconfiguración de modelos de negocio, compañías aéreas de bajo costo, sofisticación por parte de la demanda, desarrollo de la economía digital, que entre otros, replantean la oferta, la promoción y el marketing del turismo actual.

En este escenario, crece también una mayor conciencia respecto a la sustentabilidad, por lo que, en esta movilidad de turistas cargada de valores, principios, conocimientos, normas, lenguas, creencias, costumbres, tradiciones, pensamientos y un bagaje cultural, se entrelacen con la comunidad anfitriona e incrementa de manera significativa el capital social y que germine como resultado una pluricultura sustentable y no una transculturación o aculturación.

Este incremento de capital social, debe estar orientado a cubrir las necesidades y motivaciones de los involucrados del mercado turístico, en el caso de la comunidad anfitriona, el comportamiento de la vida turística o prestadores de servicios turísticos está motivado por una serie de necesidades físicas, psíquicas, sociales (*Input Social*), que buscan satisfacer en el desarrollo del turismo (Figura 3.8), en este sentido y en la postulación del paradigma de Maslow, se plantean las diferentes etapas en la culminación de alcanzar la autorrealización:

Figura 3.8 Jerarquía de necesidades de la comunidad anfitriona



Fuente: Elaboración del autor, 2017. Con base en la perspectiva teórica de Maslow.

Necesidades Fisiológicas (Salud física y psíquica).- Estas necesidades estarían asociadas con la supervivencia, gracias a la construcción de estructura, infraestructura y superestructura turística, como una forma de bienestar que se hace posible gracias al desarrollo de la actividad productiva del turismo y que se constituyen con mecanismos de planeación.

Necesidades de Seguridad (Crecimiento económico).- Relacionadas con el mantenimiento de un estado de orden, de tener seguridad, estabilidad y protección frente a circunstancias económicas, políticas y sociales actuales, nuevas o por venir, en el desarrollo de la actividad humana del turismo de manera individual o colectiva.

Necesidades Sociales (Paz, amor y comprensión).- La necesidad de relacionarse con otras personas, de ser aceptado como miembro de una nueva territorialidad en la

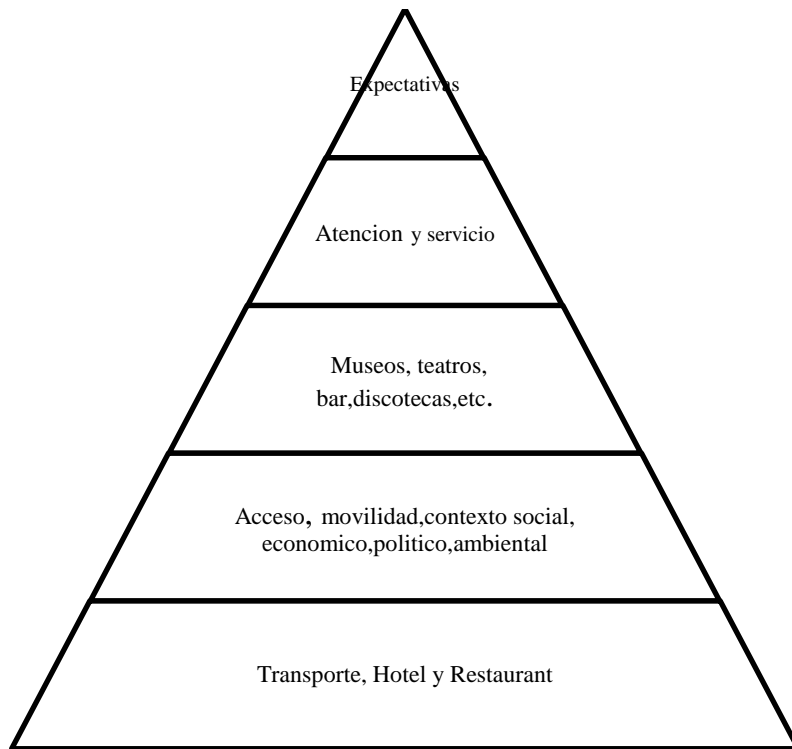
construcción de un proceso, en el que se crea una nueva identidad con la participación de un colectivo, en la búsqueda de un bien común con otros, que surge como consecuencia de las dos necesidades primarias.

Necesidades de Reconocimiento (Derechos humanos y libertad).- Aquellas que se encuentran asociadas a la constitución psicológica y social de la comunidad anfitriona, como la libertad, la estima y el respeto hacia el destino donde se desarrolla esta actividad humana del turismo y se ven reflejadas en la percepción de los visitantes a través de la reputación, calidad, particularidad y éxito de esta actividad productiva.

Necesidad de Autosuperación (Sustentabilidad).-Relativo a la necesidad de satisfacer el deseo o gusto, por hacer las actividades relacionadas con los beneficios, que conlleva el desarrollo de esta actividad productiva, con autonomía comunal y con el cumplimiento del potencial de crecimiento, en la necesidad de contribuir con la humanidad, yendo más allá de uno.

En el caso de los visitantes (Figura 3.9), que direccionan y configuran la demanda turística (*Output Social*), en el desarrollo de esta actividad humana, y en la referencia de la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, integrada por 25 artículos (OMT, 1980), se enlistan estas necesidades basadas en la línea del postulado de Maslow.

Figura 3.9 Jerarquía de necesidades de los visitantes



Fuente: Elaboración del autor, 2017. Con base en la perspectiva teórica de Maslow.

Sin embargo, estas motivaciones y necesidades en el mercado turístico que se desenvuelve en la comunidad anfitriona de la colonia Juan N. Álvarez, no han sido cumplidas de manera satisfactoria, por la falta de una cultura turística que oriente desde una dimensión cualitativa y cuantitativa sobre la capacidad del turismo como generador de bienestar.

En la actualidad, se tiene un conocimiento tradicional que se ha formado en esta evolución, pero solo sirve de conocimiento útil y no para la vida, la trasmisión y mejoramiento de enseñanza de la actividad humana del turismo, así como sus repercusiones, debe ser capitalizada en la formación educativa del lugar, para mitigar los aspectos negativos y reforzar los positivos.

Pero sobre todo vertebrada en los descendientes directos de la comunidad anfitriona, debido a que ellos son los futuros empresarios turísticos del lugar y depende

precisamente del desempeño, interés y dedicación de los habitantes de la colonia Juan N. Álvarez, la continuidad del desarrollo del turismo.

En esta perspectiva, el énfasis se centra en el desarrollo integral de la comunidad receptora como única forma de garantizar la transformación social y favorecer el mantenimiento y rehabilitación de expresiones culturales e identidad y que pase de ser un lugar con vocación turística con una serie de impactos negativos a un destino turístico sustentable.

Donde el principal motivo de la profesionalización, sea preservar la reputación de la zona y garantizar así los beneficios a largo plazo de un reciente flujo de turistas (Cohen, 1984,1988); de esta forma, la interacción turista-residente pasa a estar representada profesionalmente (Mac Cannell, 1976). Asimismo, esta profesionalización puede tener el efecto de aliviar la hospitalidad de los residentes (De Kadt, 1976, 1979).

La Carta del Turismo Sustentable (ONU, 1995), el Manual de gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial (UNESCO, 2005) son algunas guías que se podrían implementar en la enseñanza como parte de la cultura turística en la colonia Juan N. Álvarez, así como el Código Ético Mundial para el Turismo, que publicó la OMT, en el que refiere que los objetivos enunciados en el artículo 3, conscientes de la función "central y decisiva" en la promoción y en el desarrollo del turismo, son con el fin de contribuir al crecimiento económico, comprensión internacional, paz y la prosperidad de los países.

Así como al respeto universal y la observancia de los derechos humanos de libertades fundamentales, sin distinción de raza, sexo, lengua ni religión.

Y profundamente convencidos de que, gracias al contacto directo, espontáneo e inmediato que permite entre hombres y mujeres de culturas y formas de vida distintas, el turismo es una fuerza viva al servicio de la paz y un factor de amistad y comprensión entre los pueblos (OMT,2001).

Sin duda, estos instrumentos de gestión complementarían los conocimientos adquiridos en esta evolución turística, así como orientar las acciones hacia un mejor entendimiento de la actividad humana del turismo, tales como la instauración de un marco normativo territorial, la creación y diversificación de productos turístico que puedan desarrollar, el mejoramiento en la calidad de los servicios, la instauración y proyección de una imagen homogénea, segura y reconocida de Playa Ventura como marca turística.

Articulación de la comunidad anfitriona a la implementación de estrategias de gestión, que contribuyan a mejorar la infraestructura turística con eficiencia, e impulsen la rentabilidad y sustentabilidad local, mejora de los servicios públicos como el agua y drenaje, evitar la aculturación con acciones para reforzar y prevalecer la identidad.

Consolidar su sistema de valores locales, y sobre todo concertar la cooperación con los agentes que intervienen en esta actividad humana (*stakeholders*) y que constituya una cohesión para paliar los riesgos presentes y buscar oportunidades futuras.

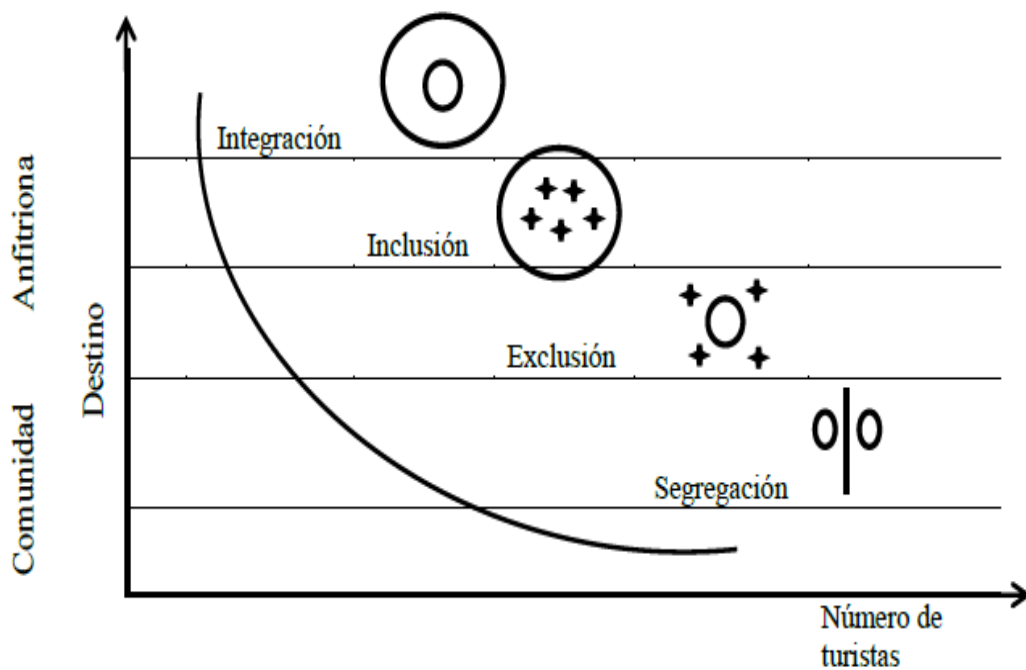
De esta manera el éxito o diferenciación entre un destino con vocación turística y otro como los que existen en el litoral de la Costa Chica, las otras regiones del Estado o en el mundo, no solo se basaran en la relación precio-servicio, si no en elementos en términos de bienestar, entorno natural y bagaje cultural.

Desde esta perspectiva, la cultura turística tendrá, la capacidad para inducir cambios positivos en las comunidades donde se desarrolla el turismo; en el crisol turista-comunidad anfitriona, existen oportunidades y posibilidades de conocer información directa acerca de diferentes costumbres y tradiciones.

Así como, de los deseos y expectativas de los visitantes, como de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas, a través de un aprendizaje rápido y global, que al mismo tiempo, te haga partícipe de los hábitos y conocimientos, puedan compartir los mismos valores; o simplemente, comprender mejor el hecho de no hacerlo, con un efecto recíproco y profundo.

En esta línea de pensamiento, de vertebrar la cultura turística en la comunidad anfitriona de la colonia Juan N. Álvarez, se plantea el siguiente paradigma como una guía formativa de desarrollo de turismo sustentable que permita condiciones de bienestar de corto, mediano y largo plazo, con base a la implementación de la cultura turística y mejorar la calidad del capital humano, los turistas y el entorno donde se desarrolla.

Figura 3.10 Implementación de una Cultura Turística



Fuente: Elaboración del autor, 2017.

La primera fase integración: Los visitantes o turistas conocen o visitan el lugar (alocéntricos, psicocéntricos), se integran a la relación turista-residente. Sin embargo las motivaciones y necesidades de ambos son mediana o ligeramente satisfechas, por desconocimiento de las implicaciones del turismo en la comunidad anfitriona, la inexistencia de códigos de conducta turístico que regule a los visitantes, y de una normatividad que preserve de manera sustentable el destino (*statu quo*).

La segunda fase Inclusión: La comunidad receptora tiene una cultura turística definida, donde el visitante o turista se involucra y adecúa a estas pautas de conducta y normatividad, donde nace el *homo social touristus*, con un nuevo perfil denominado *sociocéntrico*, (Plog, definió el *centro* como el supremo valor social, al satisfacer las motivaciones en el turismo).

Con un claro objetivo del desarrollo de la actividad humana del turismo, donde el anfitrión con el consenso del turista, hacen posible las motivaciones y necesidades de ambos, el respeto al entorno es evidente y regulado, existe una capacidad turística social y de recepción equilibrada.

La tercera fase exclusión: Existe una oposición por parte de los involucrados en la actividad humana del turismo, y crean prejuicios o barreras sociales, que hace que cada integrante de esta actividad busque de manera personal la satisfacción de motivos y necesidades.

Que implica estar en un destino con vocación turística, como residente o visitante, aun en perjuicio de cualquiera de ellos y del propio destino, donde surgen actitudes como de intolerancia, indiferencia, xenofobia, superioridad o inferioridad y racismo, donde la capacidad turística social ha cruzado el umbral.

La cuarta fase segregación: Existe un claro rechazo de los residentes hacia los turistas y viceversa, por las consecuencias de la tercera fase, donde ya se pueden contar un cumulo de problemas provocados por la actividad turística, que de manera desordenada y sin una normativa, provoca la modificación de las actitudes y las creencias de los involucrados.

En resumen, se convierte en un factor de imitación o aculturación e Incluso de descomposición moral (Buhdiba, 1981; De Kadt, 1976, 1979; Fernández, 1985; San Martin, 1997) y la capacidad social de recepción está por encima, lo que modifica la estabilidad del destino.

CONCLUSIONES

En referencia a los resultados de esta investigación y la presentación de este paradigma se concluye, que la implementación de una cultura turística, basada en lineamientos o normativas como la Carta del Turismo Sustentable (*ibíd.*), el Manual de Gestión del Turismo en sitios del Patrimonio Mundial (*ibíd.*), y el Código Ético Mundial para el Turismo (*ibíd.*), este vertebrada en la sociedad receptora de turismo y en los destinos con vocación turística como es el caso de la colonia Juan N. Álvarez

Que sirva como catalizador para orientar al conocimiento y valoración de esta actividad humana; con el propósito de buscar el equilibrio entre la satisfacción del visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras, así como ser, el efecto difusor sobre áreas circundantes de una localidad, zona o región del Estado en virtud del contacto directo con el sistema turístico (Coopert., *et al*, 2005; Cuervo, 1967; Jiménez, 2005; Leiper, 1979; Molina, 1991), es decir, un turismo humanamente sustentable.

Donde cada turista deba ser un guardián del patrimonio mundial, y un embajador del diálogo entre culturas, como lo afirma Irina Bokova, Directora General de la UNESCO (OMT-UNESCO, 2015); y en concreción con los Criterios Globales de Turismo Sustentable para Destinos (GSTC, 2013), en las secciones B: 6, C: 2 y D: 7.

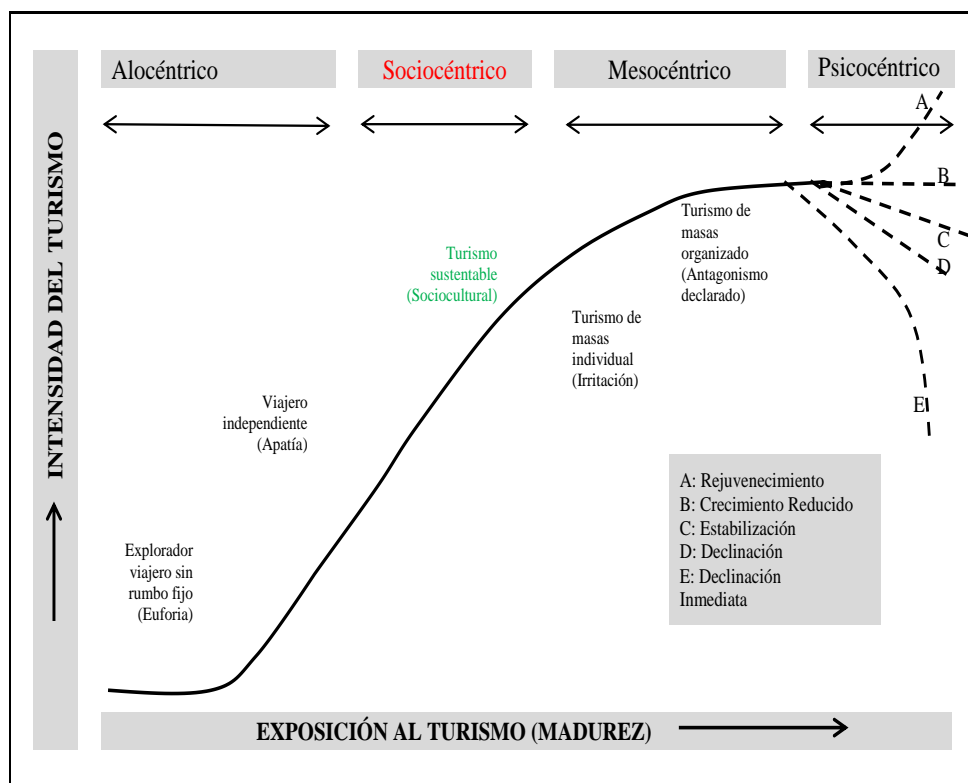
Sin duda, la dimensión emocional del servicio y la relación con los turistas, constituyen atributos diferenciales, que deben ser reforzados a través de acciones definidas, en una perspectiva clara y comprometida con la calidad en la experiencia turística; a partir de valores e imagen, con el desarrollo de instrumentos de gestión, que permitan centrar y reforzar los conocimientos de la actividad humana del turismo, así como los procesos estratégicos de planificación en los destinos turísticos, siempre considerando el carácter multidisciplinar y multicompetencial de esta actividad productiva.

Instrumentos de gestión, que faciliten la comprensión de un cambio del entorno o la nueva territorialidad; donde evoluciona una modernidad pesada, convertida a modernidad liviana o líquida (Bauman, 2004).

Generada a través del Internet, las transformaciones sociales, políticas y la economía globalizada, que llevan al surgimiento de un nuevo tipo de turista y nos obliga a adoptar modernos procesos de prestación de servicio, por lo que son necesarios nuevos modelos tomando como principios de referencia la especialización y diferenciación de los destinos.

Como lo muestra la siguiente figura:

Figura 3.11 Resultado de la Implementación de una Cultura Turística



Fuente: Elaboración del autor, 2017. Con base en Cooper., *et al*, 2005.

En este sentido, D'Amore, citado por San Martín (1997) afirma que:

“El turismo correctamente diseñado y desarrollado, tiene el potencial de ayudar a unir las distancias culturales y psicológicas que separan a las personas de diversas razas, color, religión y fases de desarrollo social y económico” (D’Amore, 1988, p. 39).

FUTURAS LINEAS DE INVESTIGACIÓN

La colonia Juan N. Álvarez tiene gran potencial turístico, sin embargo por la rápida evolución de la actividad humana del turismo y la falta de comprensión del mismo, no se ha realizado con una planeación adecuada, por lo que se sugieren los siguientes temas, como posibles líneas de investigación:

- Caracterización del territorio con fines turísticos.
- Estudio de factibilidad turística.
- Recursos turísticos.
- Indicadores ambientales: Niveles de contaminación acústica, atmosférica, porcentaje de agua que recibe un tratamiento adecuado y de residuos recogidos selectivamente.
- Percepción de los visitantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. Á. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México, D.F.: Trillas - Turismo.
- Aguirre, G. (1989). *Cuijla. Esbozo etnográfico de un pueblo negro*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Alemán, M. (1983). *Quince lecciones de turismo*. México: Diana.
- Amaya, C. M. (2006). Relaciones entre el turismo y la cultura: Turismo cultural y Cultura turística en México y Colima. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. vol. II, núm. 24, 9-33.
- Andraca, J. S. (2014). Copala. *Así somos en Guerrero*, 1.
- Aramberri, J. R. (1983). El Paraíso....¿Perdido? *Dialnet, Estudios Turísticos ISSN 0423-5037 N. 80*, 77-93.
- Barretto, M. (2007). *Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*. Tenerife, España: Pasos. Asociación Canaria de Antropología.
- Bauman, Z. (2004). *Modernidad líquida*. Argentina: Fondo de Cultura Económica de Argentina, S.A.
- Blackmore, S. (2000). *La maquina de los memes*. Barcelona, España: Paídos.
- Bouillon, R. C. (1991). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas- Turismo.
- Buhdiba, A. (1981). El turismo y las tradiciones culturales. *El Correo de la UNESCO*, 4-8.
- Bull, A. (1994). *La economía del sector turístico*. Madrid: Alianza.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist Area Cycle of Evolution: Implication for Management of Resources. *Canadian Geographer, Vol. 24, n. 1*, 5-12.
- Cervantes, J. F. (2007). El ordenamiento territorial como eje de planeación de proyectos de turismo sustentable. *Ciencias Sociales Online. Vol. IV, núm. 2*, 103-118.
- Chris Cooper, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert, Stephen Wanhill. (2005). *El turismo. Teoría y Práctica*. Madrid: Síntesis.
- Cicerón, M. T. (2008). *Disputas Tusculanas*. México: Coordinación de humanidades, 2a. Edición, UNAM.

- Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings . *Annual Review of Sociology*, Vol. 10, 373-392.
- Cohen, E. (1988). *Le Cashier Du Tourisme*. Marsella: Centre des Hautes Etudes Touristique.
- Conselleria de turisme, G. D. (2009). *Libro blanco del turismo de las islas baleares: Hacia una nueva cultura turística*. Mallorca: Conselleria de turisme.
- Cuervo, R. (1967). *El Turismo como medio de comunicación humana*. México: Departamento de Turismo.
- Dawkins, R. (2014). *El Gen Egoísta: Las bases biológicas de nuestra conducta*. Barcelona, España: Salvat Editores S.A.
- De Kadt, E. (1976,1979). *Tourism-Passport to Development*. Washington: Oxford University Press.
- Derrida, J. (02 de Diciembre de 1997). Paris, Francia: Le Monde. *El principio de la Hospitalidad*.
- Donaire, J. A. (2012). *Turismo cultural*. España: Vitel-la.
- Excélsior. (15 de Agosto de 2013). Eclipses. *Cuando el cielo se tiñe de negro.*, pág. Única.
- Excélsior. (19 de Febrero de 2016). *EPN Entrega Certificados*, pág. 1.
- Fernández, L. (1985). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. España: Alianza.
- Figuerola, M. (1979). *Economía Turística*. Madrid, España: Madrid.
- Gallego, J. F. (2002). *Gestión de Hoteles: Una nueva visión*. Madrid: Paraninfo.
- García, F. A. (2008). *Bases para un modelo de desarrollo local en el turismo cualitativo: Copala, caso de estudio Costa Chica-Guerrero-México*. España: Universidad Politécnica de Cataluña.
- Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona, España: Gedisa, serie C/A-DE-MA.
- GSTC. (2013). *Criterios Globales de Turismo Sustentable para destinos*. Washington, DC,USA: GSTC-D.
- Guerrero Cultural Siglo XXI, A. (2012). *Enciclopedia Guerrerense*. Chilpancingo, Guerrero.
- Guerrero, G. d. (2014). Ley número 494 de Fomento y Desarrollo Turístico para el Estado y los Municipios de Guerrero. *Decreto Núm. 432* (pág. 75). Chilpancingo, Guerrero: Periódico Oficial del Gobierno del Estado No. 90.

- Guilliam, A. M. (1996). *Viajes por México durante los años 1843 y 1844*. México: CONACULTA; Grupo Editorial Siquisiri.
- Gygax, M. D. (2007). El intercambio de dones en el mundo griego: reciprocidad, imprecisión, equivalencia y desequilibrio. *Gerión*, 111-126.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mac Graw Hill.
- Hiernaux-Nicolas, D. (2015). *Turismo, Sociedad y Territorio: Una lectura crítica*. México: Universidad Autónoma de Querétaro. Editorial Universitaria.
- INEGI. (2015). *Anuario estadístico y geográfico de Guerrero*. México: INEGI.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y sociedad*, 39-56.
- Jiménez, A. d. (2005). *Una aproximación a la conceptualización del turismo desde la teoría de los sistemas*. México: Universidad del Caribe.
- Kant, I. (2004). *Crítica de la razón pura*. España: TECNOS.
- Knebel, H.-J. (1974). *Sociología del turismo*. Barcelona, España: Hispano Europea.
- Korstanje, M. E. (2010). Las formas elementales de la hospitalidad. *Pesquisa em turismo*, 86-111.
- Korstanje, M. E. (2015). *Ciencia de la Hospitalidad: Un nuevo aporte epistémico para comprender el objeto del turismo*. España: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
- Korstanje, M. E. (2015). Las mil caras de la hospitalidad. *Eikasia, Revista de Filosofía*, 275-282.
- Lamarck, J. (2007). *Filosofía Zoológica*. (Catalan) España: PORTIC.
- Lanquar, R. (1991). *La economía del turismo*. España: OIKOS.TAU S A.
- Legislatura, C. D. (2000). *La Nueva cultura Turística*. México, D.F.: Talleres gráficos de la Cámara de Diputados.
- Leiper, N. (1979). "The framework of tourism". *Annals of Tourism Research*, 6.
- Leonard J. Lickorish, Carson L. Jenkins ., (1997). *Una introducción al turismo* . España: Síntesis.
- Life. (1957). En busca del hongo mágico. *Life*.
- Mac Cannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the leisure class*. New York: Shocken Book.

- Marshall, A. (1931). *Principio de la economía: Introducción al estudio de esta ciencia*. Barcelona, España: Biblioteca de cultura económica, IX.
- Marx, K. (2014). *El capital: crítica de la economía política, tomo 1, libro 1*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Maslow, A. H. (1991). *Motivación y personalidad*. España: Díaz de Santos, S. A.
- Mauss, M. (2009). *Ensayo sobre el don: forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Madrid: Katz editores.
- Meadows, D., Meadows, D., Randers, J., & Behrens, W. (1972). *Los límites del crecimiento: informe al Club de Roma sobre el predicamento de la Humanidad*.
- Ministerio de Industria, T. y. (2007). *Plan de Turismo Turismo Español Horizonte 2020*. España: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Mireles, A. (2015). La concientización turística: Una tarea pendiente. *Benemérita Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística* (pág. 15). Benemérita Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística, Presentada en la Escuela Superior de México, D.F. 10 de Septiembre de 2015: Instituto Politécnico Nacional.
- Molina, S. (1991, 1994). *Conceptualización del turismo*. México: Limusa.
- Montaner, J. (1996). *Psicología del turismo (Gestión turística)*. Madrid: Síntesis.
- OEA. (2002). *Programa de cultura turística de Centroamérica*. Centroamérica: ICT,IPAT.
- OMT. (1980). *Declaración de Maanila sobre el turismo Mundial*. Madrid, España: OMT.
- OMT. (1993). *Desarrollo turístico sostenible*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- OMT. (2016). Panorama OMT del turismo internacional. *Organización Mundial del Turismo UNWTO*, 16.
- OMT. (2016). *Ranking mundial de turismo*. Madrid: OMT.
- OMT-ONU. (2005-2007). *Entender el turismo: Glosario básico*. OMT.
- OMT-UNESCO. (2015). Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura. *OMT y la UNESCO reúne por primera vez a ministros de Turismo y de Cultura*. Siem Reap (Camboya): OMT.
- ONU. (1995). Carta del turismo sostenible. *Conferencia mundial de turismo sostenible*. (pág. 4). Lanzarote, Islas Canarias, España: ONU.

- ONU. (2015). *Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Nueva York: ONU.
- ONU-OMT. (2001). *Código ético mundial para el turismo*. OMT.
- ONU-OMT. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Madrid-Nueva York: ONU-OMT.
- Panosso, A. (2012). *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas*. México: Trillas.
- Pigou, A. (2017). *La Economía del bienestar*. España: Aranzadi.
- PNUD, P. d. (1990). *Desarrollo Humano Informe*. Bogotá-Colombia: Tercer Mundo Editores.
- Polo, M. (2008). *Libro de las maravillas*. México: Anaya.
- Proceso. (2013). La Playa Hippie. *Proceso*, Reporte especial.
- RAE. (2016). *Diccionario*. Madrid: Real Academia Española.
- Ramírez, M. (1992). *Teoría General de Turismo*. México: Diana.
- Romero, H. M. (1977). *Sociopsicología del Turismo*. México,: Daimon.
- Romero, H. M. (1991). *Vocabulario del turismo y materias afines*. México,: Color, S.A. de C.V.
- Rousseau, J.-J. (2005). *Emilio o de la Educación*. Madrid, España: Alianza.
- Sancho, A. (2001). *Introducción al turismo*. España: OMT.
- San Martín, J. E. (1997). *Psicología del ocio y el turismo*. Málaga, España: ALJIBE.
- SECTUR. (2011). *Programa de turismo sustentable*. México: Dirección General de Planeación Estratégica y Política Sectorial.
- SECTUR. (diciembre de 2015). Comunicado 211. *SECTUR-Prensa*, pág. 1.
- SEDESOL. (2013). *Unidad de Microrregiones*. México: Dirección General Adjunta de Planeación.
- SEFOTUR. (2015). *Registro Estatal de Turismo*. Acapulco. Guerrero: SEFOTUR.
- Smith, V. (1977). *Hacia una nueva definición del turismo/Anfitriones e invitados, Antropología del turismo*. Barcelona: Edymion-Turismo y sociedad.
- Spes, Gaudium Et. (2017). *Concilio Vaticano II*. Vaticano: San Pablo.

- The International Institute For Peace Through Tourism, I. (2000). The Amman Declaration. *The Amman Declaration*. Amman, Jordania: IIPT-ONU.
- Turismo, S. D. (2005). *Turismo en México- Treinta años de la Secretaria de Turismo*. México: Talleres de gráfica, creatividad y diseño.
- Tylor, E. B. (1981). *Cultura Primitiva*. Madrid: AYUSOS.
- UICN. (2016). *Estrategia Mundial para la Conservación de la Naturaleza y los Recursos Naturales*. España: UICN.
- UNESCO. (2002). *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural*. Johannesburgo: División de Políticas Culturales y Diálogo Intercultural, UNESCO.
- UNESCO. (2005). *Gestión del turismo en sitios de patrimonio mundial*. Paris, Francia: UNESCO.
- UNESCO. (2014). *Culture for Development Indicators: Methodology Manual*. Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, .
- Unión, Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la. (20 de Abril de 2015). Ley General de Turismo. *Diario Oficial de la Federación*. , pág. 34.
- Urbain, J.D. (1994, 1996). *Sur la Plage*. Paris. Francia: Payot-Rivage.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. London: Sage.
- Vygotsky, L. (1995). *Pensamiento y Lenguaje*. España: PAIDOS IBERICA,.
- Zorrilla, J. (2000). *México y los mexicanos*. México: CONACULTA.