

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUERRERO



UAGro

UNIDAD ACADÉMICA DE TURISMO

MAESTRÍA EN CIENCIAS: GESTIÓN SUSTENTABLE DEL TURISMO

**IMPACTO ECONÓMICO DEL GASTO TURÍSTICO EN EL
DESTINO ACAPULCO**

T E S I S

Que para obtener el Grado de Maestría en Ciencias:

Mención: Desarrollo Sustentable del Turismo

Presenta:

Lissette Juárez Islas

Director

Dr. Roger Joseph Bergeret Muñoz

Codirector

Dr. Alejandro Quintero León

Asesor

Dr. Manuel Figuerola Palomo

Asesor:

Alejandro Palafox Muñoz

Acapulco. Gro. 04 de Julio de 2016





**IMPACTO ECONÓMICO DEL GASTO TURÍSTICO EN EL DESTINO
ACAPULCO**



Dedicatoria

A Dios que por la vida maravillosa que me ha permitido vivir,
a mis padres, Jorge y Anita, por ser mis cimientos y mi fortaleza,
a mis hijos, Mario y Daniel, por ser mis alas, alimento a mi espíritu
y a mi esposo Mario, por acompañarme en este camino.

Agradecimientos

Agradezco en primer lugar al Dr. Roger Joseph Bergeret Muñoz no sólo por sus enseñanzas invaluable, sino también, por hacerme comprender la complejidad de la actividad turística, guiarme durante mi estancia en la maestría, apoyarme en los momentos de duda y, sobretodo, por inspirarme el estudio del turismo de aquí en adelante.

Agradezco especialmente, al Dr. Manuel Figuerola Palomo por recibirme durante mi estancia académica y compartir con gran paciencia su conocimiento y experiencia, resultaron para mí invaluable.

Agradezco, al programa Maestría en Ciencias: Gestión Sustentable del Turismo y al CONACYT por la posibilidad que me otorgó de seguir superándome en mi vida académica y profesional.

Agradezco, a todos mi maestros del cuerpo académico de la Maestría en Ciencias: Gestión Sustentable del Turismo. Especialmente, a los Dres. Alejandro Quintero León, Alejandro Díaz Garay, Alfonso de Jesús Jiménez Martínez, Delfino Daniel Ortiz Guzmán, Audel Sanchez Infante e Irma Solano Díaz por sus enseñanzas y apoyo. Les reitero mi admiración y respeto.

Agradezco de todo corazón a mis padres, Jorge y Anita, por su aliento, por creer en mí. Sin su apoyo incondicional no hubiera sido posible la culminación de esta maestría.

Agradezco a mi esposo, Mario Raymundo Ochoa Núñez, a quien respeto y admiro, por su paciencia y apoyo incondicional, por sus consejos y puntos de vista que me ayudaron a construir mi teoría.

Por último, pero con todo cariño agradezco a mis compañeros que compartieron sus conocimientos y experiencias, que me apoyaron e hicieron que mi estancia en la maestría estuviera llena de momentos de alegre compañerismo y amistad que guardaré siempre.

Epígrafe

En México como en otras regiones del mundo, es esencial no perder de vista que el turismo no debe considerarse como un fin en sí, sino como un medio para el desarrollo de las regiones.

El turismo es sólo una de las opciones y como tal debe dimensionarse sin perder de vista que lo primordial es el bienestar de la población receptora y su medio ambiente. Asimismo, es necesario replantear los fines de la actividad turística: el bienestar de la población mediante el desarrollo de actividades sustentables, generando empleo y riqueza reales y perceptibles por la población local.

Por tanto, el turismo como parte de la política pública, debe de ser visto como un medio para atraer las divisas que ayuden a financiar los bienes de capital necesarios para impulsar la industrialización del país o la región, (Figuerola, 1985).

Resumen

La actividad turística es transversal, dinamizadora y tiene la característica de provocar una concentración espacial de las actividades productivas y de recursos humanos, lo que convierte al turismo en una de las actividades productivas con mayor potencial para generar procesos de desarrollo. Los efectos del turismo son medibles y útiles al momento de analizar el comportamiento de la actividad en la economía de una región. Para tal efecto, se utilizan los multiplicadores del gasto, su efecto depende tanto del gasto inicial realizado por el turista, como del consumo realizado por los establecimientos del destino, en la compra de bienes y servicios en el contexto local (linkages) y, cuanto menor sea el gasto realizado en importaciones (leakages) mayor será el efecto multiplicador en la economía de la comunidad receptora, en este caso el destino Acapulco.

Abstract

Tourism is a transversal and motivator activity. It has the characteristic of causing a spatial concentration of productive activities and human resources, making tourism one of the productive activities with greater potential for development processes. The effects of tourism are measurable and useful when analyzing the behavior of tourism in the economy of a region. To that effect, spending multipliers are used. Their result depends on both: a) the initial spending by tourists and consumption by establishments destination in the purchase of goods and services in the local context (linkages) and b) as lower the expenditure on imports (leakages) the greater the multiplier effect on the economy of the host community, in this case the destination Acapulco.

Índice General

Glosario de términos	9
Introducción	1
1.1 Concepto y evolución del turismo	8
1.2 Economía Evolucionista	19
1.3 El turismo como actividad económica.	20
1.4 ¿Cómo evaluar el impacto económico del turismo?	27
1.5 ¿Qué es el multiplicador del gasto?	31
1.5.1 Modelo Input-Output	37
1.5.2 El Modelo Keynesiano	42
Capítulo 2	48
Capítulo 2. Evolución del modelo turístico: caso Acapulco	49
2.1 Panorama nacional	49
2.2 Geografía de Acapulco	50
2.3 Evolución turística del destino Acapulco	51
2.4 Evolución de Acapulco desde una perspectiva de mercado	52
2.4.1 Acapulco como monopolio turístico.	55
2.4.2 Acapulco como oligopolio	57
2.4.3 Acapulco en competencia perfecta.	61
CAPÍTULO 3	71
Capítulo 3. Método	72
3.1. Diseño y estrategia de la Investigación	72
3.2 Análisis de los Censos Económicos 2009 y 2014	74
3.3 Aplicación de encuesta.	76
CAPÍTULO 4	79
4. Resultados encontrados.	80
4.1 Análisis económico de la actividad turística en Acapulco	81
4.2 Impacto del Gasto turístico en Acapulco	85
4.3 Comparativo entre Acapulco y Cancún	90
4.4 Retos	93
Conclusiones	99
Referencias bibliográficas	101

Quecedo, R. y Castaño, C. (2002). Introducción a la Metodología de Investigación Cualitativa. Revista de Psicodidáctica, núm. 14, pp. 5-39. 106

Anexos 108

Índice de Figuras

Figura 1.2 Modelo de sistema turístico de Gunn-OMT.	16
Figura 1.3. Modelo del sistema turístico de Figuerola Palomo.	17
Figura 1.5 Ingresos por turismo.	32
Figura 1.6 Rondas del gasto turístico.	35
Figura 2.1 Ubicación geográfica de Acapulco	50
Figura 2.2 Zonas turísticas de Acapulco	52
Figura 2.3. Crecimiento poblacional en Acapulco (1900-1950).	56
Figura 2.4 Llegada de turistas a Acapulco (1968-1990).	58
Figura 2.5 Crecimiento poblacional de Acapulco (1960-2010)	61
Figura 2.7 Evolución de turistas noche en Acapulco (1986-2014).	66
Figura 4.1 Ingresos por turismo.	80
Figura 4.2 Evolución del personal ocupado y las remuneraciones pagadas por empresas turísticas (2009 y 2014).	82
Figura 4.3 Distribución del ingreso en las unidades económicas turísticas (2009 y 2014).	84
Figura 4.4 Personal ocupado y personal remunerado (2009 y 2014).	90
Figura 4.5 Comparativo entre de las empresas del sector servicios de Acapulco y Cancún (2014).	92

Índice de Cuadros

Cuadro 1.1 Dimensiones en el estudio del turismo.	14
Cuadro 1.2 Efectos económicos positivos del turismo a nivel nacional.	25
Cuadro 1.3 Efectos económicos negativos del turismo a nivel regional.	26
Cuadro 1.4 Efectos del turismo en la economía.	34
Cuadro 1.5 El Efecto multiplicador del gasto del turismo	36
Cuadro 2.1 Evolución del turismo en Acapulco.	54
Cuadro 2.2 Arribo de turistas, crecimiento y participación del turismo nacional y extranjero en Acapulco (1968-1982).	59
Cuadro 2.3 Llegada de turistas a Acapulco. (1983-2015).	64
Cuadro 2.4 Indicadores turísticos (2000-2014).	67
Cuadro 2.5 Pobreza en los destinos turísticos de México (2010).	69
Cuadro 3.1 Dimensiones en los métodos cualitativo y cuantitativo.	73
Cuadro 3.2 Ramas de la actividad económica relacionadas directamente al turismo (OMT, 1999).	75
Cuadro 4.1 Indicadores de la actividad económica turística en Acapulco (2009 y 2014).	81
Cuadro 4.2 Multiplicador de las ventas Tipo I y Tipo II (2009 y 2014).	86
Cuadro 4.3 Efecto directo e indirecto del turismo en Acapulco (2009 y 2014).	87
Cuadro 4.4 Principales indicadores de la actividad económica en Acapulco (2009 y 2014).	88
Cuadro 4.5 Comparativo entre Acapulco y Cancún, sector servicios (2014).	91

Glosario de términos

CONEVAL: Consejo Nacional de Evaluación de la Política en Desarrollo Social.

CST: Cuenta Satélite de Turismo. Se le denomina "satélite" en virtud de ser un conteo que se realiza alrededor de las cuentas nacionales identificando el consumo realizado por turistas, éste consumo genera impactos en la producción. Esta cuantificación se logra mediante el cálculo de agregados macroeconómicos similares a los que se incluyen en la contabilidad nacional, ampliándose así la base informativa del turismo.

Datatur: Sistema de información estadística de la Secretaría de Turismo Federal.

DOF: Diario Oficial de la Federación

EBITA: *Earnings before interest, taxes and amortization*, se refiere a las ganancias antes del interés, del impuesto y de la amortización.

Excedente del consumidor: Cuando las personas compran algo por menos de los que valoran. (Parkin y Esquivel, 2001)

Excedente del productor: cuando una empresa vende un bien por encima de su costo de oportunidad. (Parkin y Esquivel, 2001).

FBK: Formación Bruta de Capital, comprende los desembolsos en concepto de adiciones a los activos fijos de la economía más las variaciones netas en el nivel de los inventarios (Banco Mundial).

ISR: Impuesto sobre la renta.

IVA: Impuesto sobre el valor agregado.

MiPyMes: Micro, pequeñas y medianas empresas.

OIT: Organización Internacional del Trabajo

OMT: Organización Mundial el Turismo

PEA: Población Económicamente Activa.

PYMES: Pequeñas y Medianas Empresas

Sectur: Secretaría de Turismo Federal

TIO: Tablas Input-Output. Este instrumento estadístico desglosa la Producción Nacional entre los sectores que la han originado y los sectores que la han absorbido; por ello reciben el nombre de "Tablas Intersectoriales". (Laguna Reyes, C.,2003).

TIOT: Tablas Input-Output Turística

“IMPACTO ECONÓMICO DEL GASTO TURÍSTICO EN EL DESTINO ACAPULCO”

Introducción

El siglo XXI presenta importantes cambios tecnológicos, políticos y sociales dentro de un mundo globalizado, donde las actividades económicas están en cambio continuo. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo presenta un crecimiento importante y sostenido a nivel mundial del 2010 al 2015. Este último año, el turismo ha alcanzado una tasa del 4.4%, con un total de 1,184 millones de llegadas, sólo de turistas internacionales, generó casi 10 puntos del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, uno de cada 11 empleos y es la tercer actividad en monto de exportaciones con 1,522 billones de dólares (Reporte Anual 2015, OMT).

Actualmente, no existe una forma diferente de analizar al turismo que no sea bajo una perspectiva de sustentabilidad y como una actividad económica transversal a los diferentes sectores económicos, lo que genera importantes oportunidades para el desarrollo de las regiones. Por tanto, la Asamblea General de las Naciones Unidas reconoce al turismo como un pilar fundamental en la maquinaria social y económica del desarrollo, una vía para alcanzar las metas del milenio. Adicionalmente, el turismo sustentable está presente en la determinación de la agenda para el desarrollo post 2015 (Reporte Anual 2013, OMT).

En México, el turismo se ha convertido en una actividad económica prioritaria para la economía nacional por el volumen de divisas que atrae al país, el número de empleos generados y el impulso que provee a las economías locales en los estados. En 2015, la entrada de divisas por concepto de viajeros internacionales registró un crecimiento anual de 7.7%, alcanzando 17.5 mil millones de dólares. En el primer trimestre de 2016 hubo 3.8 millones de personas empleadas en actividades turísticas, cifra que representa un máximo

histórico en toda la serie del empleo turístico. Esto significó el 8.4% del total de personas empleadas a nivel nacional y un incremento del 5.14% respecto al mismo trimestre del año anterior (Datatur, 2016).

Derivado de su importancia, el turismo ha sido elevado a rango constitucional, afin de que ser considerado una actividad prioritaria y estratégica dentro de la economía nacional, en beneficio directo de las miles de familias que dependen de él. Esta modificación, permite al Estado Mexicano implementar políticas de financiamiento para fortalecer la infraestructura de manera sustentable, con el objetivo de elevar su competitividad a nivel internacional. Además, pretende garantizar mayores recursos presupuestales, priorización para conformar alianzas entre el sector público y privado, promoción, inversión en capital humano y capacitación (DOF 26/12/2014).

Desde el siglo pasado se ha considerado al turismo como estratégico y prioritario por su alta capacidad para generar empleo, democratizar la productividad entre sectores económicos y regiones geográficas, así como generar alto valor a través de su integración con cadenas productivas locales, (DOF, 26/12/2014). Sin embargo, esta aseveración no es aceptable sin cuestionamientos y un análisis más profundo.

Históricamente, el sector público ha mostrado un interés en el desarrollo de la actividad turística en México, impulsando destinos como Acapulco, en los años 40, 50 hasta los 70. Posteriormente, creó e impulsó Cancún, Ixtapa-Zihuatanejo, Los Cabos, Loreto y Huatulco. Todo ello, amparado en el discurso de que el turismo es una actividad noble en el sentido en que genera una derrama económica importante y una gran cantidad de empleos en la comunidad receptora. Bajo este mismo argumento se gastan importantes recursos para la realización de festivales y eventos.

A diferencia de otros países, como España, en donde los impactos del turismo, en sus distintas aristas, han sido ampliamente estudiado con resultados diversos; en México, existe poca literatura sobre esta actividad económica y su impacto en el desarrollo de regiones específicas del país; por lo que resulta necesario, realizar investigaciones más a detalle sobre el impacto económico, social y ambiental que el turismo genera en destinos específicos (Stynes, 1997).

Si bien es cierto que el turismo impacta en los diversos sectores de la economía; también es el hecho de que es directamente afectado por el nivel de actividad que se presente en el resto del sistema. Lo anterior, genera la incógnita sobre los efectos netos del turismo. En cualquier caso, el turismo tiene una influencia clara y marcada en el sistema económico ante cualquier evaluación *ex-ante* o *ex-post*. Por ello, es vital realizar estudios que permitan cuantificar los efectos del turismo y detectar las fugas del sistema, con el propósito de diseñar e implantar estrategias para una mejor articulación de la actividad económica y de ésta manera, potenciar aún más los efectos del turismo en la región.

Por tanto, en atención a la importancia económica del turismo se han desarrollado diversas metodologías y enfoques para medir su impacto. Una de las más aceptadas, son los estudios basados en la Cuenta Satélite del Turismo (CST). Sin embargo, se discute la idea de que el turismo impacta en el sistema económico más de lo que algunos estudios basados en la CST. Lo anterior, se debe a la metodología de la CST en sí, donde los efectos indirectos e inducidos se diluyen en el resto de la economía. Consecuentemente, los efectos multiplicadores son un instrumento para medir el efecto que el turismo tiene en el resto de la economía.

En México, el turismo carece de estudios sobre los multiplicadores del gasto turístico, así como su relación, con el empleo, ingresos públicos y la genera-

ción de cadenas productivas locales. Lo anterior, constituye una limitante para fortalecimiento de la actividad mediante políticas públicas bien dirigidas que permitan detonar y sostener el desarrollo integral de la región.

Es común dejar de lado los costos económicos, sociales y ambientales que provoca la actividad turística, independientemente de los costos directos de los privados, implica altas inversiones públicas en infraestructura y mantenimiento que sirven más a los turistas que a la población local. Por ello, la discusión entre los que pregonan los beneficios del turismo y los que destacan los efectos negativos del mismo debe contar con mayores elementos cuantitativos para su análisis

Las empresas turísticas dependen enormemente unas de otras, así como de otros negocios, políticas públicas y la comunidad receptora. Tanto los beneficios como los costos de la actividad turística alcanzan prácticamente a todos en la comunidad local (Stynes, 1997). Por tanto, el análisis de los impactos económicos, efecto multiplicador, provee estimaciones de dichas dependencias o encadenamientos productivos (*linkages*), así como su importancia en el desarrollo de la región.

Los efectos del turismo son medibles y útiles al momento de analizar el comportamiento de la actividad en la economía de una región. Se utilizan los multiplicadores del gasto, su efecto depende del gasto inicial realizado por el turista y del consumo realizado por los establecimientos del destino, en la compra de bienes y servicios en el contexto local (*linkages*) y, cuanto menor sea el gasto realizado en importaciones (*leakages*) mayor será el efecto multiplicador en la economía de la comunidad receptora, en este caso el destino Acapulco.

El destino Acapulco, a pesar de ser pionero en turismo en México, no existen métodos cuantitativos que permitan medir el impacto económico que el gasto

del turista genera en la región. La falta de multiplicadores reales de las ventas y de las relaciones de empleo, ingresos e inversión ha sido y es hoy, un problema latente. Como lo señala Aguirre (2009), no es posible utilizar datos de otras latitudes, dado que los mismos a veces predicen impactos que poco tienen que ver con la realidad de las pequeñas comunidades latinoamericanas, que ven en el turismo su tabla de salvación económica en un mundo global.

La aportación al conocimiento del turismo que pretende esta tesis es proponer un modelo que permita entender y dimensionar el multiplicador del gasto de los visitantes en un sistema turístico específico, como es el caso de Acapulco.

Este estudio se enfoca en el destino turístico Acapulco, en el estado de Guerrero.

El objetivo general de esta investigación es analizar el impacto económico que el gasto turístico genera en el destino Acapulco. Los objetivos particulares son:

- a) Cuantificar el aporte en la generación de empleos.
- b) Medir los efectos en las cadenas productivas en otros sectores de la economía del estado.
- c) Determinar el porcentaje destinado al pago de impuestos, tarifas y permisos municipales.

El supuesto de la investigación sostiene que el efecto multiplicador del gasto realizado por el turista en el destino Acapulco, impacta positivamente en los ingresos de empresas turísticas y no turísticas, así como en el ingreso de las familias locales, mediante el pago de sueldos y salarios.

Al mismo tiempo esta investigación se basa en el análisis crítico de alcances y limitaciones de la teoría evolucionista del turismo, a fin de entender el carácter sistémico, transversal y multidisciplinario del turismo.

El enfoque de la investigación es cuantitativo y cualitativo. Cuantitativo, debido a que el punto de partida es la información publicada de los Censos Económicos realizados en el año 2009 y 2014 por el INEGI, de donde se obtienen los datos más importantes de la actividad económica en su conjunto. En segundo lugar, se aplicó una encuesta que permitiera hacer un análisis cualitativo de la información y realizar ajustes a la información estadística para la eliminación de errores en la información. Además, el análisis cualitativo de la información permite entender los impactos del turismo en el bienestar de la población local y realizar contribuciones en el diseño de políticas públicas.

El tipo de estudio se declara descriptivo, diacrónico y observacional.

Esta tesis se compone de tres capítulos y anexos. En el capítulo 1 se aborda la teoría evolucionista del turismo y la economía, se definen modelos de análisis económico del turismo. En el capítulo 2 se realiza un análisis de Acapulco con enfoque evolucionista, se revisan las estadísticas más relevantes en cuanto a niveles de población, pobreza y turismo en las tres etapas del desarrollo del destino. En el capítulo 3 se presenta la metodología de la investigación y los resultados de la misma. Por último, en los anexos se presenta la encuesta aplicada en los establecimientos turísticos del Puerto de Acapulco.

CAPÍTULO I

Capítulo 1. Teoría Evolucionista aplicada al turismo

En este capítulo se expone la Teoría Evolucionista del Turismo; bajo esta perspectiva se explica y desarrolla la complejidad social y económica de esta actividad económica. Para ello, se describe en primer lugar el concepto y evolución del Turismo, en segundo la Economía Evolucionista, en tercer lugar, el turismo analizado como actividad económica. Por último, se fija la posición teórica guía de la presente investigación.

1.1 Concepto y evolución del turismo

La conceptualización del turismo y de la actividad turística ha sufrido una interesante evolución a lo largo del tiempo. Por ello, se considera útil sintetizar algunas de ellas con el propósito de ofrecer una visión conjunta y sintética de tal proceso.

El gran salto que provoca el desarrollo del turismo se origina con el fin de la Segunda Guerra Mundial y la Declaración Universal de los Derechos Humanos (ONU, 1948) , específicamente en sus artículos 13 y 24. Éstos establecen que toda persona tiene derecho a circular libremente y a elegir su residencia en el territorio de un Estado; así como a salir de cualquier país, incluso del propio y a regresar a al suyo y, sobretodo, el derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable del trabajo y a vacaciones pagadas (Calderón, 2005).

Estos derechos, aunados al abaratamiento de los medios de transporte, resultan un detonante para la actividad turística. La Organización Mundial de Turismo (OMT 1983) los retoma en distintos documentos:

- Los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) especialmente el convenio 132 relativo a las vacaciones pagadas (1970).
- La Declaración de Manila (OMT), 10 de Octubre de 1980.
- El Documento de Acapulco (OMT), 27 de agosto de 1982.

Estos antecedentes generaron la posibilidad de viajar y realizar turismo prácticamente para todos, actividad restringida para las clases sociales más altas.

Es importante discutir de dónde surge el término turismo. De acuerdo con Fernández Fuster, la referencia a la raíz británica del fenómeno turístico es inevitable. El concepto de turismo deriva de “*Tour*” o mejor dicho, de la expresión “*to make a tour or circuitus journey, in which many places are visited*”; es decir, hacer un viaje en circuito, en el sentido de vuelta al punto de partida. Tal conceptualización introduce elementos determinantes del fenómeno turístico, como son el hecho del desplazamiento o viaje circular de retorno al punto de partida y su motivación relativa a la búsqueda del placer y al conocimiento de otras culturas (Calderón, 2005).

Los elementos anteriores han configurado la “imagen” tradicional y popular del turismo. La OMT en la Conferencia de Ottawa (1991) sobre estadísticas de viajes y turismo, conceptualizó al turismo como la suma total de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo mayor a un día y en tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Asimismo, se definen las fronteras del turismo y se separa el concepto de otros tipologías de desplazamiento colectivo como los fenómenos migratorios, el trabajo fronterizo y similares (Calderón, 2005):

- a. Su limitación, el tiempo de desplazamiento y estancia a un año.
- b. Se amplía a 360° el abanico de motivaciones, incorpora las actividades lucrativas al ya tradicional “ocio” y deja abiertas las posibles nuevas motivaciones para realizar turismo.
- c. Se perfila la figura del turista no con base a sus motivaciones sino en función de su peculiar relación económica con el lugar de destino.

Sin embargo, el turismo es un concepto altamente complejo y todas las definiciones anteriores han sido rebasadas.

Dentro de esta discusión, se retoma a Bullón (2004), quien describe al turismo como un fenómeno social, cuyo punto de partida es el tiempo libre, no así el desarrollo y abaratamiento de los transportes. Asimismo, distingue tres modelos analíticos del sistema turístico:

- Oferta-demanda, que centra su interés en el llamado “turismo comercial”.
- Antropológico-social, que se ocupa de las manifestaciones del ocio, tiempo libre en las distintas sociedades y analiza sus representaciones en las conductas individuales y colectivas.
- Turismo industrial, que tiene su interés en la producción masiva, la comercialización y el lucro. Se agrega, la estandarización de los productos turísticos.

Cada uno de los modelos de turismo mencionados implica una evolución social, económica y cultural de las personas, palpable en los cambios en gustos y preferencias, en la tecnología y el sentido del placer.

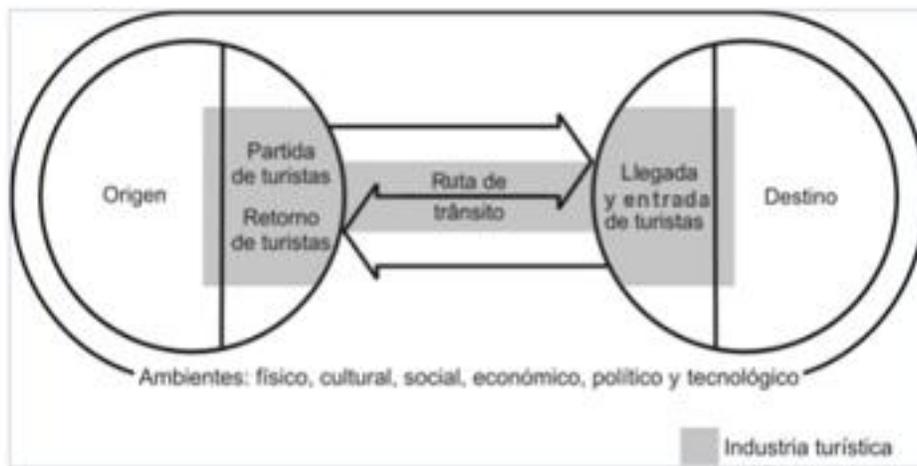
Actualmente, el turismo es una actividad ampliamente reconocida de acuerdo al Reporte Anual de la OMT 2014, donde se le destaca como una actividad que continua ganando reconocimiento por su relevancia socioeconómica en el crecimiento y desarrollo a nivel global.

Su dimensión económico-productiva, objeto de análisis en esta investigación, se origina en la demanda turística donde se derivan todo un conjunto de fenómenos con importantes consecuencias económicas, tanto para el área emisora, como para la receptora; incluye, también, una ruta de tránsito de dichos flujos. Para que los flujos turísticos se realicen, es indispensable disponer de todo un entramado u organización turística que posibilite los desplazamientos, las estancias, la organización en el espacio y tiempo, en con-

diciones de satisfacción de la demanda y competitividad de la oferta. Leiper propone, desde la teoría de sistemas, un diagrama para representar la complejidad de la organización turística y define al turismo como:

“un sistema abierto, de cinco elementos, intercalando en un medio ambiente amplio. Siendo estos elementos: uno dinámico (el turista), tres geográficos (la región generadora, la ruta de tránsito y la región de destino), y un elemento económico (la industria turística).” Lieper en Acerenza (1984).

Figura 1.1 Modelo de Leiper



Modelo teórico del enfoque espacial de Leiper (1979, p.404)

Acerenza (1994) señala que los cinco elementos de Leiper se encuentran ordenados en conexión, tanto funcional como espacial y en interacción con los factores físicos, sociales, económicos, culturales, políticos y tecnológicos, que conforman el medio ambiente en el cual se desarrolla la actividad turística. Este modelo, resulta útil como herramienta de planeación y el modelo de Leiper sirve como base a muchos otros autores como Cooper, Sherperd y Westlake (1996).

De Oliveira (2007) señala que el modelo denominado sistema del turismo, se destacan tres aspectos básicos:

- Turistas: son los actores del sistema, viajan al destino, permanecen cierto tiempo y luego regresan al origen.
- Industria turística: grupo de empresas y organizaciones involucradas en la oferta del producto turístico. Está representada en las tres regiones geográficas.
- Elementos geográficos: el espacio emisor de visitantes que constituye la localidad de residencia habitual donde se generan los recursos a ser estados. El espacio receptor es la razón de existencia del turismo, motiva los desplazamientos y recibe los principales efectos de la actividad (positivos y negativos). El espacio de tránsito comprende todas las localidades por las cuales los turistas pasan.

Tanto en la economía evolucionista, como en la biología (rama de la que se toman varios principios), se destaca la heterogeneidad de sus agentes y las interacciones entre ellos y su ambiente. Se remarca la idea de que los consumidores somos distintos, yendo más allá de la idea de entes con idénticas preferencias, dotaciones y habilidades; del famoso agente representativo. Esta característica es señalada por Darbellay y Sock (2012), cuando mencionan que el turismo con sus interdependencias globales, la heterogeneidad de agentes en diversos niveles de organización, sus involucramientos locales y su historicidad y desarrollo particulares, lo hacen parecer un objeto científico de una complejidad específica, en la que proponen una lista de componentes Moncada (2015) como los siguientes:

- La diversidad y variedad de las relaciones locales
- Su práctica globalizada
- La extrema diversidad de sus prácticas
- El cambio recreacional
- El proceso civilizatorio

Por tanto, conscientes de su complejidad, autores como McIntosh, Goeldner y Ritchie (2008), realizan una recopilación de los diversos enfoques y métodos que se han utilizado para abordarlo:

- Enfoque institucional: considera a los diversos intermediarios e instituciones que realizan las actividades turísticas.
- Enfoque del producto: incluye el estudio de productos turísticos y la forma como se producen, comercializan y consumen.
- Enfoque histórico: comprende un análisis de las actividades e instituciones desde un ángulo evolutivo.
- Enfoque administrativo: orientado a la firma (modelo microeconómico), se centra en las actividades administrativas necesarias para dirigir una empresa turística: planeación, investigación, fijación de precios, publicidad y control.
- Enfoque económico: resulta de especial utilidad, ya que proporciona un marco de referencia para analizar el turismo y sus contribuciones a la economía y el desarrollo económico de un país.
- Enfoque sociológico: hace referencia a las repercusiones que el turismo tiene en las sociedades (clases sociales, hábitos y costumbres de los huéspedes y anfitriones).
- Enfoque geográfico: provee de información sobre la ubicación de las áreas turísticas, el movimiento de la gente creado por las localidades turísticas, la disposición del desarrollo turístico. planeación física y problemáticas económica, social y cultural.
- Enfoque interdisciplinario: por ser el turismo tan vasto, complejo y multifacético son necesarios varios enfoques para estudiar el campo, depende del objetivo. Lo anterior, deja claro que el turismo, debe ser entendido y analizado, como objeto de estudio tanto multi como interdisciplinario.

Derivado de su complejidad y multisectorialidad, el turismo también, puede ser analizado desde distintas dimensiones, que se conjuntan para formar una

realidad turística, transformando los espacios y las sociedades receptoras, como lo señala Calderón (2005, p.19) y se muestra en la cuadro 1.1.

Cuadro 1.1 Dimensiones en el estudio del turismo.

DIMENSIÓN	CONTENIDOS
Territorial	Contexto o soporte territorial que aporta un patrimonio geofísico, medioambiental, artístico-monumental, cultural, antropológico, funcional etc.
	El Patrimonio territorial supone la “materia prima” o “factores de atracción” que generan un campo magnético de atracción de flujos turísticos; dicha materia prima debe ser procesada y transformada en productos turísticos que actúan como polos magnéticos para la captación de flujos.
Espacial e infraestructural	Áreas de emisión y de recepción, infraestructuras de conexión y equipamientos de servicio que “aproximan” y articulan dichas áreas
Empresarial	Empresas que transforman la materia prima en productos, que articulan, intermedian y facilitan las transacciones entre demandantes y oferentes de servicios turísticos, que organizan y canalizan tales flujos, que atienden las necesidades y gustos de los flujos, que ofrecen productos y servicios turísticos a los consumidores.
Social y Cultural:	Simultáneamente individual y colectiva, gentes y personas puestas en contacto a través de la actividad turística: Flujos turísticos y sus motivaciones, las comunidades receptoras sus necesidades e intereses, interrelaciones entre distintas culturas y modos de vivir.
Organizacional	Un conjunto de organizaciones públicas y privadas que generan un contexto positivo y favorable hacia las actividades turísticas, hacia la satisfacción de los consumidores y hacia el bienestar de las comunidades, la gestión sostenible, la valorización protección de los factores primarios y su salvaguardia.
Mercantil	El mercado turístico es el espacio donde se conjugan y articulan Oferta y Demanda turística, físico o virtual y las distintas cadenas de intermediarios
Económica financiera	Conjunto de impactos económicos y financieros que la actividad turista provoca.
Fuente: Calderón, 2005.	

Por otro lado, Kraptf y Hunzinker, pioneros en el estudio del turismo con enfoque económico, señalan que el turismo es un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que dichos desplazamientos no están motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal (Kraptf y Hunzinker 1942, en Moncada 2015).

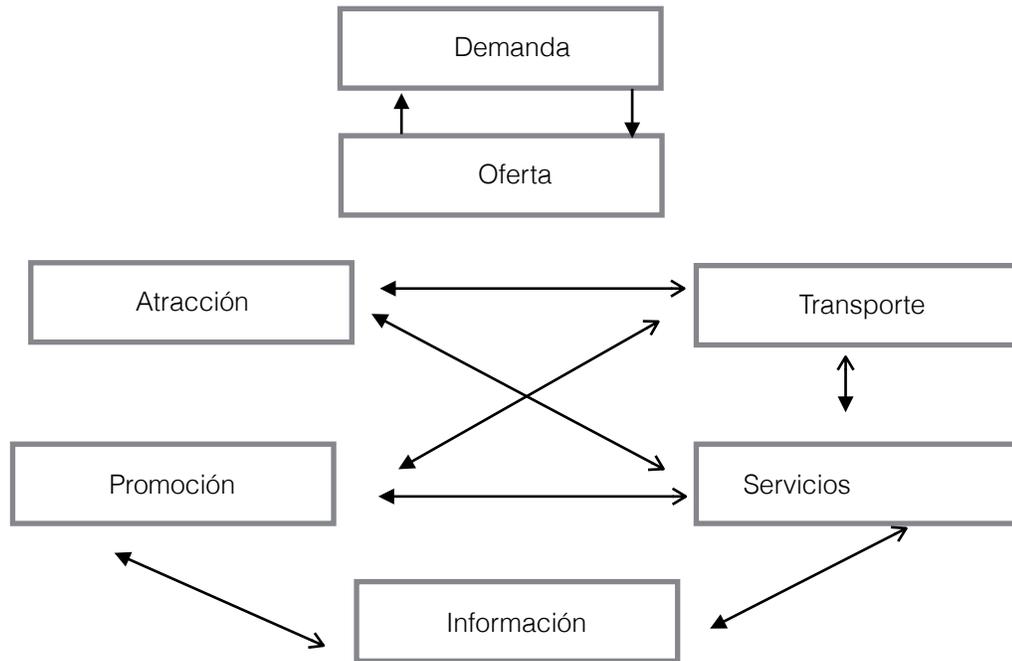
En seguimiento a la idea de renta en la definición del turismo, Pulido San Roman define al turista como aquella persona que con motivo de un desplazamiento efectúa un gasto de renta en lugar distinto de aquel en que se origina dicha renta y en el cual no reside habitualmente (Pulido San Roman, 1976)

Según Figuerola, en la evolución del concepto de turismo, la variable económica se vuelve determinante:

“La renta fluye profundamente en la realización o no de un viaje o un acto turístico, y en caso de no influir en cuanto a la decisión, ya sea positiva o negativamente, se manifestará más en relación al volumen del consumo turístico, o sea hasta donde se puede gastar. Es decir, condicionará más la realización, el lugar, el tiempo, la categoría y los gastos adicionales elegidos.” Figuerola (1985)

La OMT (1999) propone el sistema turístico de Gunn para ilustrar la interacción entre la oferta y la demanda, así como las estructuras turísticas. El turismo debe verse como sistema y sector socioeconómico integrado, como se muestra en la figura 1.2.

Figura 1.2 Modelo de sistema turístico de Gunn-OMT.

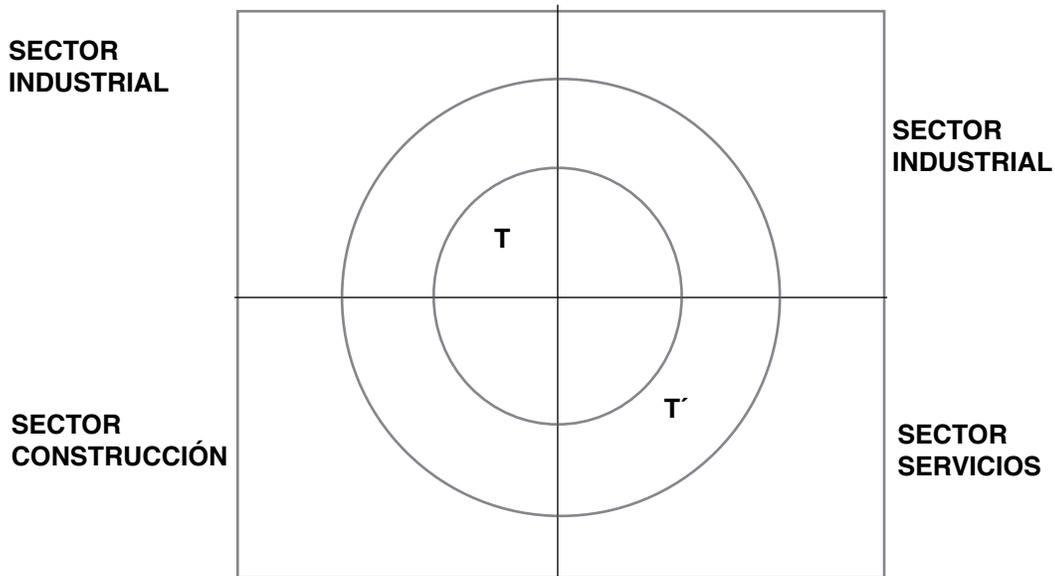


Fuente: OMT, 1999

En el proceso evolutivo de la actividad turística, autores como Cooper, Sheperd y Westlake (1996) ligan la efectividad de las políticas de planeación y desarrollo para los usuarios finales, por ejemplo en el mercado. **En aquellos destinos que efectivamente planifiquen el turismo tendrán una demanda más sostenida y mejor participación de mercado.** También destacaron la interacción entre las localidades de origen y destino, así como sus papeles como demandantes y proveedores en un mercado turístico.

Como parte de la evolución en la teoría de sistemas, Figuerola (2000) afirma que el turismo es un subsistema dentro del sistema económico, que se integra con las participaciones de una gran parte de los sectores o ramas productivas. En la figura 1.3 se ilustra el modelo propuesto por Figuerola Palomo dentro del encuadre económico.

Figura 1.3. Modelo del sistema turístico de Figuerola Palomo.



Fuente: Figuerola, M. (2000)

Figuerola explica el turismo no como un sector de la economía, sino como una actividad que afecta, y estimula, en distinto grado, a los sectores de la economía en su conjunto, es transversal a todas las ramas, lo que distingue al turismo, no en la oferta, sino la demanda (el turista), (Figuerola, 1979).

En el modelo de Figuerola, la magnitud de T está constituida por el conjunto de gastos realizados por los viajeros lo que origina una influencia directa en todos y cada uno de los cuatro grandes sectores del sistema económico. A su vez la magnitud T, para ser entendida requiere que el sistema económico produzca una serie de bienes y servicios (T') sin los cuales no podría proporcionarse a los turistas los valores integrados en su gasto primario (T), (Figuerola, 2000).

Actualmente, Figuerola describe al turismo como un sistema poliédrico, es decir, deja atrás la idea de un sistema bidimensional, acepta que el turismo es un concepto complejo y multidimensional analizado desde varias ciencias

como la psicología, sociología, geografía, economía, etc. (Entrevista, septiembre 2015).

El modelo de sistema turístico propuesto por Moncada (2015) es bastante completo y muy útil para comprender los alcances del turismo, así como las esferas en las que se lleva a cabo. En él, se destacan los tres marcos en los que se desenvuelve y determina la actividad turística: social y de desarrollo, el Estado (marco jurídico-administrativo) y las empresas turísticas. Retoma el aspecto geográfico del modelo de Leiper (zonas de origen, tránsito y destino); al tiempo que resalta las actividades humanas realizadas en cada momento y área. Sin embargo, lo más destacado es el involucramiento en el sistema de las huellas que la actividad turística genera durante su realización.

Una vez analizado el concepto turismo resulta pertinente preguntarnos: ¿es el turismo una ciencia? Autores como Panosso y Lohmann (2012), señalan que existen tres corrientes en el debate de sí el turismo es o no una ciencia. La primera, dice que no lo es, pero que se encuentra en el camino a serlo, como ocurrió con la antropología y la etnografía a principios del siglo XX. Una segunda corriente, afirma que el turismo no es una ciencia y nunca será, por la falta de un objeto de investigación claro y definido, así como de un método de estudio particular. Además, señala que sólo es una actividad humana auxiliada en su estudio por la ciencia. La tercera corriente, afirma que el turismo sí es una ciencia, pues posee un cuerpo teórico maduro y relativamente grande.

Por tanto, no hay una sola forma de abordar al turismo, ni al turista; la discusión científica al respecto es basta y seguirá evolucionando con el mismo dinamismo del concepto en sí.

1.2 Economía Evolucionista

La Teoría Evolucionista concibe a la Economía como una ciencia que trata de conciliar aspectos de otras ramas del saber, como la sociología, historia, psicología y, sobre todo, biología. La Economía Evolucionista pretende ahondar en el análisis económico bajo la motivación de que los procesos sociales son dinámicos y evolucionan en el tiempo. Por esta razón, se considera útil para explicar un fenómeno tan complejo y multidisciplinario como es el turismo.

La Economía Evolucionista difiere de la Economía Neoclásica, predominante en el mundo académico y práctico, en varios aspectos, el principal es: los agentes (compradores y vendedores) no son optimizadores. En otras palabras, las decisiones no se toman únicamente para optimizar el beneficio económico como establece la Teoría Neoclásica, donde para definir un equilibrio, se requiere que los consumidores maximicen la utilidad, las empresas hagan lo propio con las ganancias y se vacíen los mercados. Por el contrario, la Economía Evolucionista, modifica la hipótesis del comportamiento optimizador de los agentes, sugiere que las decisiones de los individuos se generan por conductas que asumen la forma de rutinas automáticas, motivadas por aspectos psicológicos y sociales, por reglas implícitas y no conscientes (Hodgson,1997).

Asimismo, en la Economía Evolucionista se admite que los agentes son dinámicos en el tiempo y no es posible asegurar la existencia de un equilibrio, pues cada participante difiere de los demás y está sometido a constantes procesos de cambios. Por este argumento, se prefiere cambiar la idea de **equilibrio por una de coordinación entre los actores del juego económico.**

Para entender mejor la Teoría Evolucionista, es necesario referirnos a la biología. En ésta, se reconoce que existen mecanismos que facilitan u obstaculizan la adaptación de un ser a su medio. Al pensar en términos económicos,

el mercado surge como el principal mecanismo de selección, ya que en él se reflejan las disposiciones de empresas y consumidores, podríamos considerarlo como mecanismo de selección artificial. Sin embargo, la Economía Evolucionista no considera que únicamente sobrevive quien mejor se adapte, ésta sugiere que los mercados premian un poco a los agentes más eficientes, pero no tanto como para desaparecer a quienes no lo son (Hodgson, 1997).

De la misma manera que la biología concibe cambios en los seres vivos, ya sea a nivel genético o a nivel ecológico, la Economía Evolucionista integra las innovaciones sociales en términos de tecnología, organización e instituciones. Cabe destacar que estas innovaciones sociales no son procesos lineales, más bien **se generan a manera de prueba y error**. La historia del turismo en México y el mundo lo constatan.

1.3 El turismo como actividad económica.

Una vez descrita la Teoría Económica Evolucionista y aplicada al turismo, resulta indispensable centrar la atención en el elemento económico, a fin de alcanzar el objetivo de la investigación.

El proceso de producción de servicios turísticos es similar al de otros procesos productivos de la economía. A través de la combinación de tierra, trabajo y capital se obtienen bienes y servicios demandados para satisfacer necesidades de ocio y negocio que requieren desplazarse fuera del lugar habitual de residencia.

Por tanto, el turismo puede ser visto y analizado desde aristas muy variadas. Para tal efecto, es imprescindible revisar a Figuerola (1979), quien identifica las formas más usuales de denominarlo:

- Fenómeno económico y social

- Sector económico
- Industria de servicios
- Actividad social y económica.

Este autor descalifica cada una de las tres primeras nominaciones bajo las cuales se le denomina al turismo, señala que no es un fenómeno (extraordinario o poco común), pues el turismo es cotidiano y permanente en nuestras sociedades (en el 2015 se realizaron 1,200 millones de viajes en el mundo, OMT, 2015). No es un sector, puede ser sí, una rama productiva del sector servicios. Tampoco es una industria, dado que no implica la transformación de materias primas, aunque sí la generación de riqueza. En otras palabras, se considera que el turismo requiere y se sirve de los tres sectores de la economía de una manera transversal y no es preciso encasillarlo en uno sólo. Razón por la cual, **en este trabajo de investigación se toma al turismo como una actividad económica.**

A diferencia de Figuerola, Bull (1996) señala la dificultad de definir al turismo como actividad, e incluso, aún más definirlo como sector de actividad económica. Para hacerlo, afirma que habría que definir al turismo como un producto o serie de productos susceptibles de comercialización y cálculo, lo que puede hacerse si definimos con claridad quien es el comprador (turistas), qué es lo que están comprando (productos turísticos) y cuales son las conexiones industriales que hacen que estos productos lleguen al mercado turístico en contraposición al cualquier otro mercado.

Según Figuerola (1985) puntualmente señala a la actividad turística como un acto que supone un desplazamiento que conlleva gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios, que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa. Consideración bastante culminada del turismo como actividad económica, y que

comprende o integra la totalidad de los elementos económicos presentes en la actividad turística, como:

- Desplazamiento del lugar habitual de residencia.
- Gasto de renta anteriormente obtenida
- Consumo de bienes y servicios
- Generación de riqueza.

También, deja claro que la heterogeneidad de la llamada “industria turística” dificulta la aceptación, incluso a niveles conceptuales, del sector turístico como actividad económica independiente. Para ello, el elemento identificador debería de ser la homogeneidad del producto, la cual no existe. Esto explica, parcialmente, que no figure como sector independiente ni en la clasificación internacional de actividades, ni en los sistemas de contabilidad nacional en diferentes países. (Figuerola, 1985, 1999)

Una vez aceptado el turismo como actividad económica, es necesario puntualizar que la actividad turística presenta una serie de ventajas sobre otras actividades productivas, que la hacen muy interesante como instrumento de desarrollo para países en vías de desarrollo. Particularmente, las regiones con niveles importantes de marginación, que aunque carecen de medios de producción, cuentan con riquezas naturales, lo que les permite contar con ventajas comparativas potenciales entre las que se encuentran las siguientes (Calderón, 2005):

- A. Captación de divisas: El turismo supone una actividad exportadora, con base a su capacidad de atraer divisas al país, puesto que el cliente visita el destino y consume el producto/servicio sobre el terreno. Tales divisas son necesarias en los países en vías de desarrollo para el equilibrio de la balanza de pagos, y para la cobertura del déficit exterior que presentan.
- B. Escasas barreras de entrada. Las restricciones al acceso del mercado es muy limitado, pues no existen barreras legales: fron-

teras fiscales, tarifas o aranceles aduaneros o cuotas de exportación, como en otras industrias.

- C. Generación de empleo. El turismo tiene la característica de ser una actividad intensiva en capital humano, con una amplia gama de puestos de trabajo, desde los más complejos, que requieren de una mayor acumulación de habilidades y capital humano, hasta los más sencillos; sin embargo, existe el problema de la estacionalidad del empleo, es decir, que sólo se realiza en determinadas épocas del año.
- D. Empleo de algunos grupos considerados vulnerables. La actividad turística emplea proporcionalmente más mujeres y jóvenes que otras actividades económicas.
- E. Difusión geográfica de la actividad y el empleo: La actividad turística contribuye a una mayor difusión geográfica del empleo, cosa especialmente importante para las zonas periféricas, remotas y rurales
- F. Generación de Tejido Empresarial. La actividad turística genera muchas oportunidades para la aparición de PYMES y micro emprendedores, cuyo efecto más inmediato es la generación de un cierto tejido empresarial, y el desarrollo de una amplia gama de pequeños empresarios.
- G. Innovaciones tecnológicas posibilitan una mayor retención del valor. A través un instrumento como es Internet, se hace posible llegar a un número enorme de potenciales consumidores del producto turístico; con ello se acercan la oferta de información hacia la demanda potencial de manera cuasi instantánea, con lo que se reducen mucho los costes de la promoción, las oficinas de representación y los costes de intermediación.
- H. Tendencia a la generación de nuevos productos a pesar de coyunturas desfavorables. Las tendencias del mercado apuntan hacia innovaciones en el concepto vacacional y de viajes; con

una receptividad creciente hacia nuevos y más originales productos

El turismo se ha considerado tradicionalmente como un elemento estratégico para impulsar el desarrollo económico en países en vías de desarrollo, como señalan diversos autores como Figuerola (1979), Palomo (1998) y Sinclair (1998). La ventaja de utilizar al turismo, frente a otras actividades en los sectores agrícolas o industriales proviene de las características propias y diferenciales que el turismo tiene y que resultan muy bien definidas por el economista italiano Alberto Sessa en Calderón (2005):

- a) Se trabaja con un intangible.
- b) El producto no se desplaza, se desplaza la demanda o el consumidor
- c) El consumo del producto no determina su desaparición.

Adicionalmente, se pueden incluir las siguientes:

- d) Existe inelasticidad de la oferta.
- e) Es natural la estacionalidad.

Estas características específicas de la actividad turística son muy importantes a fin de estimar la aportación real que el turismo puede realizar a los procesos de desarrollo económico nacional, regional o local, en contraposición a la aportación que pueden realizar otros sectores productivos como la industria manufacturera tradicional o el sector agropecuario.

Palomo (1998) identifica los principales efectos económicos de la actividad turística sobre los procesos de desarrollo nacional y regional o local, como se indica en la cuadro 1.2.

Cuadro 1.2 Efectos económicos positivos del turismo a nivel nacional.

Ámbito nacional. Efectos económicos positivos del turismo	
Específicas	Aporte a la balanza de pagos (efectos primarios, secundarios, terciarios). Generación de empleo (directo, indirecto, inducido).
	Generación de ingreso y distribución del mismo (multiplicador del gasto). Aporte al gasto público o social (impuestos directos e indirectos).
Adicionales	Economías externas de escala por enlaces intersectoriales (sector arrastre).
	Disminución de la dependencia estructural establecida en la comercialización de producciones primarias y secundarias.
	Mercado en expansión.
	Posibilidad de abrir mercados a las exportaciones de otras producciones primarias, secundarias y/o terciarias.
Fuente: Palomo, 1998. p.136	

Las ventajas que la actividad turística representa son llamativas para los gobiernos y sectores empresariales. Cabe precisar que **el turismo es una excelente fuente de divisas y actividad generadora de empleos, siempre y cuando, se negocien términos favorables para las comunidades receptoras**, como lo menciona Sinclair (1998) en su artículo sobre el Turismo y el Desarrollo Económico, donde documenta el encadenamiento vertical exigente entre las líneas aéreas, los tour operadores y las grandes cadenas hoteleras de los países de origen (industrializados), dejando con muy poco margen de ganancia a las comunidades receptoras.

También, Figuerola (1979) destaca que el turismo resulta una actividad económica noble para los países en desarrollo en medida de que les permita atraer las divisas necesarias para adquirir los bienes de capital que fortalezcan a los demás sectores de la economía. Por lo tanto, para que el turismo provea de las ventajas prometidas, es necesario constituir cadenas productivas fuertes alrededor de las empresas turísticas, a fin que los efectos multiplicadores de la actividad se difundan sobre la comunidad receptora.

Para países en vías de desarrollo la actividad turística ha representado una oportunidad única de captar divisas extranjeras, como en el caso de Cuba, Costa Rica, República Dominicana, entre otros. Dichas divisas ayudan a equilibrar sus balanzas de pagos e impulsar otros sectores productivos como en Tailandia. Incluso para países desarrollados el turismo es una actividad económicamente importante por el volumen de divisas que genera, tal es el caso de Francia, España y Estados Unidos (OMT, 2013)

Por otro lado, la actividad turística también ocasiona efectos negativos a nivel regional, como se sintetiza en la cuadro 1.3, donde se observan los aspectos pocos tratados al momento en el que los gobiernos de países en vías de desarrollo apuestan al turismo como estrategia de desarrollo económico. Por lo que resulta vital tenerlos en cuenta y encontrar bajo qué esquemas pueden amortiguarse los efectos negativos.

Cuadro 1.3 Efectos económicos negativos del turismo a nivel regional.

Ámbito regional. Efectos económicos negativos del turismo
Deterioro recursos medioambientales.
Creación de nuevas dinámicas en el uso y valor del suelo (crecimiento urbano desordenado e ineficiente).
Estacionalidad. Excesos de capacidad de carga conjuntamente con baja ocupación en otros momentos.
Polarización productiva y social.
Introducción de producciones altamente competidoras para la producción local (producciones importadas- nacionales o importadas-extranjeras).
Eventualidad y baja calidad en el empleo
Fuente: Palomo, 1998. p.136

Adicionalmente, autores como Bryden y Esteve Secall resaltan que el turismo es capaz de destruir otras actividades propias de la región, como la ganade-

ría, agricultura de exportación y la de subsistencia, incrementar las importaciones de todo (incluidos los alimentos), generar una inflación creciente y elevar los precios de la tierra. Lo anterior, provoca: la cesión de tierras agrícolas a usos turísticos, el reemplazo de suministros locales por importaciones, degradación ambiental y un drenaje de recursos del resto de la economía (tanto de inversión, humanos o físicos, ayudas fiscales, subvenciones) hacia si mismo, ocasionando vulnerabilidad a la localidad receptora (Bryden (1973), en Calderón 2005; Esteve Secall (1991).

A pesar de ello, la OMT, en su Reporte Anual 2013, señala que la clave del éxito del turismo reside en su carácter de actividad prestacional de servicios in situ, lo que convierte a la actividad turística en un segmento de servicios intensivos en trabajo, sin profundizar en la calidad de éstos. Sobre todo, destaca la “intersectorialidad” de la actividad turística y el efecto multiplicador que la acompaña.

1.4 ¿Cómo evaluar el impacto económico del turismo?

Desde la perspectiva de la Teoría Económica Neoclásica podría pensarse que en el caso del turismo, la estructura de mercado competitiva y globalizada resuelve sin intervención la determinación de precios y cantidades; sin embargo, las características del turismo como actividad económica desaconsejan la identificación de equilibrio de mercado con óptimo social. La medición económica del turismo ha permitido que a lo largo de la conformación de su cuerpo teórico se hayan hecho diversas aportaciones para definir los alcances e impactos del turismo. Por tanto es preciso analizar el marco teórico bajo la perspectiva de la Teoría Evolucionista, es decir, involucrar los procesos económicos, sociales, culturales y tecnológicos que rodean a la actividad.

La actividad turística tiene la característica de provocar una concentración espacial de las actividades productivas y de recursos humanos; dicha con-

centración facilita la generación de economías de escala y aglomeración, lo que convierte al turismo en una de las actividades productivas con mayores potencialidades de cara a la generación de procesos de desarrollo. Sin embargo, como lo señala Sinclair las divisas que genera el turismo deben aprovecharse para el financiamiento de bienes de capital que favorezcan otras actividades o industrias, así como la integración de cadenas productivas locales, evitando fugas (leakages) y logrando así la potenciación de las ganancias del turismo en los diversos sectores de la sociedad (Sinclair, 2005).

De acuerdo a los trabajos realizados en investigaciones anteriores, existen una variedad de estudios sobre los impactos económicos del turismo (Martínez et al, 2013; Halaby et al., 2011; Archer, 1989, 1995; Milne, 1987, Ferri y Ezequiel, 1981). Algunos se han utilizado para promover políticas públicas, otros para determinar el desarrollo de empresas turísticas o evaluar los cambios en afluencia turística en atención a cambios en la infraestructura.

En seguimiento a Stynes (1997) y Fretchtling (1996) quienes clasifican a los estudios de impacto económico en el turismo de la siguiente manera:

- Análisis de Impacto Económico. Este tipo de estudio es útil para identificar los efectos ocasionados por el gasto turístico en función de los cambios en las ventas totales, el ingreso, el empleo y pago de impuestos atribuidos al turismo. Los métodos utilizados son modelos Input-Output y multiplicadores (Fretchtling 1994a).
- Análisis Financieros. Este tipo de estudio determina los retornos del negocio o empresa en cuestión. Generalmente, costos de inversión inicial, costos de deuda y de operación.
- Análisis de Impacto Fiscal. Este tipo de estudios analiza específicamente el ingreso y el cambio en la demanda provocados por la actividad turística vía impuestos, concesiones, pago de derechos, licencias, etc., que contribuyan a cubrir los gastos que el sector público realiza en infraestructura y servicios, dada la actividad turística. (Burchell and Listokin 1978 en Stynes,

1997). Este tipo de estudio, es para el sector público lo que para las empresas representa el Análisis Financiero.

- Análisis de Demanda. Con base a este tipo de estudios es posible determinar el cambio en el destino turístico resultante de acciones como el cambio en precios, promoción, competencia, calidad y cantidad de instalaciones o cualquier otro factor que afecte al destino. Un análisis de demanda puede predecir el número y tipo de visitantes así como las ventas futuras generadas, usando modelos de series de tiempo, Método Delphi y otros. (Walsh 1986, Johnson and Thomas 1992 en Stynes, 1997)
- Análisis Costo/Beneficio. Este estudio es útil para determinar la eficiencia de políticas alternativas comparando su costo y los beneficios no sólo económico, sino también sociales, políticas y ambientales.
- Estudios de Viabilidad. Con base a este tipo de estudios los tomadores de decisiones deberían ser capaces de determinar la viabilidad técnica, económica, política y ambiental de una propuesta. Es posible considerar a este tipo de estudios como la versión privada de un Estudio Costo-Beneficio.
- Evaluaciones de Impacto Ambiental. Las acciones llevadas a cabo en cualquier medio tienen repercusiones no sólo ambientales y físicas, sino también económicas, sociales, culturales y/o políticas.

Por otro lado, la OMT admite la existencia de las siguientes herramientas para examinar el efecto económico que el turismo genera en la economía de un país (OMT, 1999):

- a. Comparaciones entre variables globales o agregados económicos.
- b. Análisis de coste-beneficio.
- c. Modelo de multiplicador "ad hoc".
- d. Construcción de modelos econométricos.
- e. Análisis de entradas y salidas.

Cada uno de los estudios antes mencionados son diferentes en su metodología y alcance, por lo que son aplicados en circunstancias diversas. Algunos

se centran en los aspectos económicos, otros toman en cuenta la cuestión social, cultural y ambiental con diferente énfasis. En síntesis, es de vital importancia elegir el tipo de estudio que mejor responda a la problemática planteada y a los objetivos de la investigación, sin que esto signifique que la realización de uno excluya forzosamente a los demás; en algunos casos, es necesario llevar a cabo dos o tres tipos de estudios a medida de que se complementen y ofrezcan un resultado mejor documentado para la toma de decisiones públicas o privadas.

Esta investigación **se centra en un estudio de Análisis de Impacto Económico**. Debido a que el objetivo es determinar el efecto que genera el gasto del turista en el destino Acapulco en la economía local. Sin que ello signifique dejar de lado el punto de vista social y ambiental. La fórmula generalmente aceptada para determinar el impacto económico del turismo en una localidad determinada es la propuesta por Stynes (1997) y retomada en estudios posteriores (Stynes 1998, 2000; Aguirre, 2009; Martínez et al, 2013). La fórmula es la siguiente:

$$IET = T * G * M$$

Styne (1997)

Donde:

IET: Impacto Económico del Turismo

T: Número de turistas x estancia (turistas noche)

G: Gasto promedio por turista

M: Multiplicador del gasto turístico

En seguimiento al modelo de Stynes, resulta sencillo determinar las primeras dos variables. Sin embargo, la tercera, el multiplicador del gasto turístico, requiere un análisis de datos e investigación más detallado. Éste representa la parte medular de la investigación.

1.5 ¿Qué es el multiplicador del gasto?

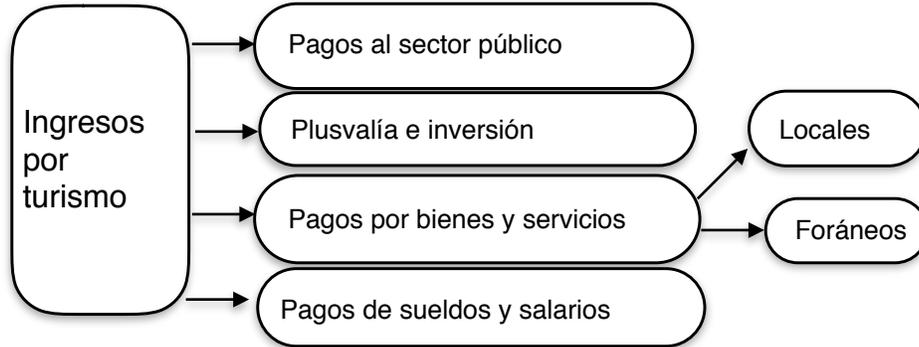
De acuerdo a la Teoría Evolucionista, el concepto de multiplicador del gasto es abordado desde una perspectiva histórica y las vertientes desarrolladas por distintos autores desde Khan (1931), Keynes (1933) y Leontieff (1966), en Archer (1990); hasta llegar a los modelos específicamente desarrollados para medir el impacto de la actividad turística como los de Archer (1990), Milne (1987), Figuerola (1990) y Stynes (1997).

A pesar de que los primeros trabajos teóricos reconocidos del multiplicador se atribuyen a Khan en 1931 y Keynes en 1933, es posible decir que el concepto era conocido desde al menos treinta años anteriores (Archer, 1990). Sin embargo, es el célebre economista inglés John Maynard Keynes quien en su libro: “Teoría General de la Ocupación, el Dinero, y el Interés”, escrito en 1936, populariza el término multiplicador del gasto. Desde entonces, diversos autores han estudiado y ampliado su obra. Keynes describe el multiplicador del gasto de la siguiente manera:

“El ingreso que se gasta en consumo a diferencia del ingreso que se ahorra, se convierte en ingreso del vendedor del bien de consumo. Cuando compro una botella de vino, lo que para mí es el costo, para el vendedor es el ingreso, y lo que gasté de ese ingreso será ingreso para alguien más, etcétera. De modo que la inversión activa que produjo el ingreso con el que compré el vino tendrá un efecto de reacción en cadena, al que Keynes llamó “multiplicador”.” (Posner, 2010)

En el turismo, una forma sencilla de explicar en qué consiste el efecto multiplicador del gasto turístico es seguir la ruta del dinero que gastan los turistas cuando viajan y cómo este dinero se distribuye en forma de pagos diversos en las localidades receptoras. La figura 1.5. representa gráficamente una distribución general de los ingresos provenientes del turismo.

Figura 1.5 Ingresos por turismo.



Fuente: Elaboración propia

Para Esteve Secall (1983) el turismo tiene un efecto sobre el desarrollo en general del país o zona receptora de flujos turísticos a través del multiplicador. Por lo tanto, el denominado “multiplicador turístico” no es sino el resultado de la concatenación de los sucesivos efectos producto del consumo turístico según lo que describen Ibáñez y Ball (2002).

Con certeza el autor más renombrado y pionero en materia de multiplicadores keynesianos aplicados al gasto turístico en su dimensión territorial es Bryan Archer. Este autor establece un modelo econométrico (Archer y Owen, 1971; Archer, 1976, Archer 1995, Archer y Fletcher 1990,1996) perfeccionado sucesivamente dirigido a medir el efecto económico del turismo y sus impactos directo, indirecto e inducido en la economía donde se producen, así como la aportación realizada por el turismo a los restantes sectores económicos.

Otra forma de entender el multiplicador del gasto es como un efecto de arrastre; es decir el número por el que debe multiplicarse el gasto turístico inicial para obtener el efecto acumulativo total en un área y en un período específicos, o dicho en otras palabras, sería el cambio final en la producción de una economía derivado de un cambio inicial en el gasto turístico (Archer, 1977; Martínez et al, 2013).

Adicionalmente, se considera al multiplicador turístico como el resultante de la combinación entre la inyección inicial del gasto del turista, más los impactos directos, indirectos e inducidos. Archer (1971; 1976); lo define como el coeficiente que mide la cantidad de ingreso generada por cada unidad de gasto turístico. Es decir, el efecto multiplicador del gasto turístico es aquel efecto que el desembolso del turista genera en la economía de la región, dicho desembolso se convierte en pago sueldos, pago de bienes y servicios, pago de impuestos, utilidades para los empresarios; que a su vez se reinvierten o son gastadas en otros rubros de la economía local. La amplitud del multiplicador depende tanto del gasto inicial realizado por el turista, como del consumo realizado por los establecimientos del destino, en la compra de bienes y servicios en el contexto local. Por tanto, cuanto menor sea el gasto realizado en importaciones (fugas) mayor será el efecto multiplicador en la economía de la comunidad receptora, en este caso Acapulco.

Para Archer el impacto o resultado directo del turismo es el reflejo económico (salarios, rentas, intereses y beneficios) derivado directamente de las entradas percibidas por los factores productivos del sector turístico y los anexos al mismo, a consecuencia de los consumos y gastos realizados por los turistas. Mientras que el resultado o impacto indirecto es el valor añadido generado por la compra de bienes y servicios. Por último, el impacto inducido es el resultante de los gastos adicionales realizados por el personal empleado en el sector derivados de las rentas percibidas a causa o con origen en el consumo turístico; es decir, rentas destinadas a consumirse en la adquisición de otros productos. En la cuadro 1.4 de Acerenza (1984) se detallan los efectos directos, indirectos e inducidos del gasto turístico.

Cuadro 1.4 Efectos del turismo en la economía.

Inyección Inicial en la Economía	Efectos directos	Efectos indirectos	Efectos inducidos	y así, sucesivamente...
Gasto del turista	Pago de sueldos y salarios del personal.	Pago de renta, compra de bienes y servicios.	Pago de sueldos y salarios del personal.	Pago de renta, compra de bienes y servicios. Pago de sueldos y salarios del personal.
	Pago a proveedores, renta, intereses, administración, gobierno.	Pago de sueldos y salarios del personal.	Pago de renta, compra de bienes y servicios.	Pago de renta, compra de bienes y servicios. Pago de sueldos y salarios del personal.
		Pago a proveedores, renta, intereses, gobierno.	Pago de sueldos y salarios del personal.	Pago de renta, compra de bienes y servicios.
Fugas o pérdidas que se producen en la economía	Importaciones, obligaciones financieras, etc.	Importaciones, obligaciones financieras, etc.	Importaciones, obligaciones financieras, etc.	Nota: Las fugas incluyen: -Las importaciones de bienes y servicios

Acerenza, M.A. (1984)

El efecto multiplicador (Acerenza, 1984) es el coeficiente que mide la cantidad de ingreso generado por cada unidad de gasto turístico:

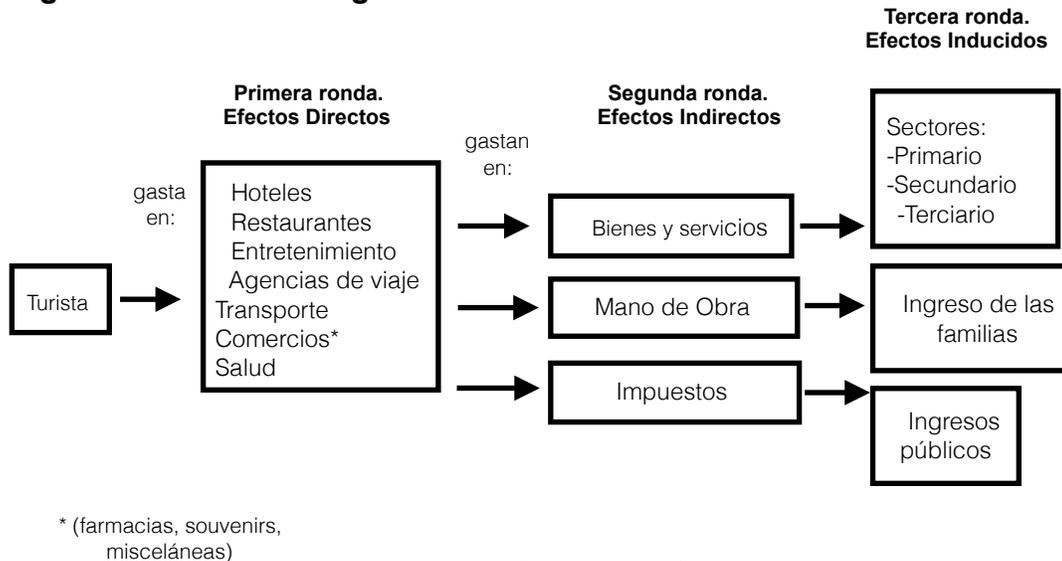
$$\frac{\Delta Y}{\Delta Ei}$$

Donde : ΔY representa la variación total de la economía (efecto directo, indirecto e inducido) y

ΔEi representa la variación del gasto turístico.

En otras palabras, muestra la relación existente entre la inyección inicial que se produce en la economía, como resultado del gasto turístico y la subsecuente generación del valor agregado a que este gasto da lugar, como consecuencia de los efectos directos, indirectos e inducidos, como se muestra en la figura 1.6.

Figura 1.6 Rondas del gasto turístico.



Fuente: Elaboración propia

Por tanto, el turista realiza la primera ronda de gasto al consumir bienes y servicios turísticos. En segundo lugar, las empresas receptoras de la primera ronda gastan a su vez en los rubros necesarios para su operación. Posteriormente, tanto las empresas, como los trabajadores beneficiados en la segunda ronda, generan un consumo adicional a otros actores de la economía y un ingreso originado por el gasto turístico inicial.

En atención a los flujos de gasto ocasionados por el turista y el efecto multiplicador que se genera, la OMT clasifica las actividades en rondas, de acuerdo al momento en el que son afectadas. En una primera ronda se identifican 11 rubros de gastos directamente beneficiados por el turismo, en una segun-

da ronda hasta 21 y en una tercera lista parcial hasta 54 (OMT, 1999), como se muestra en la cuadro 1.5.

Cuadro 1.5 El Efecto multiplicador del gasto del turismo

Los turistas gastan en:	Segunda ronda de gastos:	Beneficiarios finales (lista parcial):	
Alojamiento Alimentación Bebidas Distracciones Vestido Objetos de regalo y recuerdo Cuidado personal, medicamentos y cosméticos Fotografía, Esparcimiento Excursiones, visitas, guías y transporte local Varios	Sueldos y salarios Propinas Impuestos sobre nómina Comisiones Música y diversiones Gastos administrativos y generales Servicios profesionales Compra de suministros de comida y bebida Compra de bienes para reventa Compra de materiales y suministros varios Reparaciones y mantenimiento Publicidad, promoción y divulgación Servicios públicos Transporte Licencias Primas de seguro Alquiler de instalaciones y equipo Pagos de principal e intereses de préstamo Impuestos directos y de otro tipo Sustitución de activos de capital Rendimientos estatales	Abogados Agricultores Arquitectos Artistas y artesanos Atletas Cajeros Camareros Carniceros centrales lecheras Carpinteros Cocineros Compañías de seguros Contables Dentistas Educadores Electricistas Empleados de banca Empleados de oficina Empleados domésticos Empresas de alquiler y venta de equipo de recreo Empresas de señalización Empresas de transporte Estaciones de servicio Fábricas de muebles Fontaneros Funcionarios Públicos Grandes almacenes Impresores y editores Ingenieros Jardineros Lavanderías	Mayoristas Mecánicos de automóviles Médicos Obras de caridad Obreros industriales Organizaciones culturales Panaderos Personal sanitario Pescadores Pintores Porteros Productores y distribuidores de cine Propietarios, gestores y empleados de complejos turísticos Proveedores de artistas y artesanos Proveedores de material de oficina Proveedores y empresas de mantenimiento de servicios públicos Restaurantes Servicios de mantenimiento de carreteras Servicios de reparación de electrodomésticos Talleres de confección Tiendas de comestibles Tiendas de recuerdos Transportistas de carga
Egresos: cuando el sector público o privado adquiere bienes o servicios de fuentes externas a la comunidad, ese dinero ya no es objeto del efecto multiplicador y los beneficios se escapan de la comunidad.			
Fuente: Organización mundial de Turismo (OMT) (1999)			

Desde los modelos publicados por Archer, B. y Owen, C. (1971) se han descrito diferentes metodologías para calcular el impacto económico de la actividad turística en las comunidades receptoras. La OMT considera que a una economía, en sus diversas escales (nacional o regional) se le pueden aplicar por lo menos cuatro tipos de multiplicadores (OMT, 1985):

- a.El multiplicador de la renta: con efectos directos, indirectos e inducidos.
- b.El multiplicador de las ventas o de las transacciones.
- c.El multiplicador de la producción.
- d.El multiplicador del empleo.

Sin embargo, es Sinclair (1998) quien realiza un análisis muy pertinente sobre los modelos frecuentemente utilizados para medir el efecto multiplicador del gasto, clasificándolos en dos vertientes básicas de acuerdo a la metodología utilizada:

- a. Modelo Input-output, basado en la matriz insumo-producto de Leontief y utilizado para la determinación de multiplicadores a nivel país, a partir de las matrices insumo-producto de la contabilidad nacional. Este modelo tiene la desventaja de resultar muy complejo al momento de estudiar áreas o comunidades específicas.
- b. Modelo keynesiano (Sinclair, 1998), requiere de menos información estadística a gran escala, por lo que resulta muy útil al momento de analizar comunidades pequeñas, la desventaja es que también provee menor información las interrelaciones de la economía, como lo hace el modelo input-output.

1.5.1 Modelo Input-Output

Como se ha mencionado el turismo es una actividad transversal y dinamizadora que estimula la producción en todos los sectores de la economía. Esos efectos son medibles y útiles al momento de analizar el comportamiento del

turismo en la economía de una región. Para tal efecto, se utilizan los multiplicadores del gasto.

Autores como Muñoz y Soza resaltan la importancia de las relaciones entre las actividades económicas través de los eslabonamientos (*linkages*) que podrían extraerse de una Tabla Input-Output (TIO). Más aún, se hace la distinción entre los eslabonamientos hacia atrás (*backlinkages*) o capacidad de una rama para producir efectos en otras; mientras que los eslabonamientos hacia delante (*forward linkages*) significan la medida en la que los productos de una rama son necesarios como inputs para la producción de otras. Por ello, aquellas ramas con fuertes efectos de impacto hacia atrás y hacia delante se denominan sectores clave (*key factors*), por el papel central que desempeñan en el proceso de desarrollo (Muñoz, 1994 y Soza, 2007 en Moncada, 2015).

Pulido (1996) señala que un análisis en las cadenas de valor de las principales actividades ligadas al turismo puede resultar de utilidad al diseñar una estrategia que integre a todos los interesados en la actividad, integrando no sólo a hoteles, también a empresas de transporte, comunicaciones, construcción, entre otras (Moncada, 2015). Debido a que el consumo turístico genera una sucesión de impactos encadenados que interactúan en el sistema de forma dinámica, de tal manera de que al final del proceso, el impulso inicial ha generado un “efecto multiplicador” sobre el sistema económico en su conjunto (Cuadrado y Arranz, 1996).

Muñoz, señala que si en una economía se dan las relaciones de interdependencia (coeficientes técnicos) y se desea aumentar la producción de una rama en una unidad para satisfacer la demanda final, esta decisión tiene efectos multiplicadores sobre todas las ramas de la economía (Moncada, 2015).

Con base en las TIO es posible decir que el impacto de la demanda turística en el sistema económico no se agota en el primer ciclo de transacciones (efectos directos), ya que los primeros proveedores de la demanda turística (hoteles, restaurantes, agencias de viaje, etc.) deberán aumentar necesariamente los pedidos a sus proveedores (material de limpieza, alimentos, publicidad, servicios financieros, etc.); éstos para satisfacer la demanda adicional pondrán en marcha un segundo ciclo de transacciones y sucesivas rondas tendrán lugar, disminuyendo su impulso en cada ciclo de transacciones, hasta alcanzar un punto en el que se agotan.

En realidad, los efectos de la demanda final en el sistema económico no se agotan, ya que los efectos directos e indirectos terminarán por generar un aumento en la renta de las empresas y los hogares que podrán traducirse en un mayor consumo y un incremento de la inversión, que a su vez iniciarán un nuevo ciclo de efectos inducidos. De esta idea, surge la discusión sobre ¿cuál es el efecto real o total del multiplicador en cada región?.

De acuerdo al modelo Input-Output, el multiplicador de la producción de una industria, como por ejemplo, la hotelería, se basa en la suma de los factores directos e indirectos procedentes de todos los demás sectores, que no son necesarios para satisfacer el incremento de una unidad en la demanda final dirigida a la producción de éste sector. Es preciso señalar, que la función que desempeña el multiplicador de la producción es la de indicar el grado de dependencia mutua que existe entre cada sector y el resto de la economía. En este sentido, Figuerola calcula la producción turística bajo el siguiente esquema explicativo:

$$CT=PT$$

(Figuerola, 1992)

Donde:

CT= Consumo Turístico

PT= Producción Turística

Producción Turística Total (directo e indirecto)= PT*K

PT=Producción turística

K=multiplicador de la producción turística.

Adicionalmente, Figuerola señala que el problema estriba en que el turismo no se limita a un estricto sector de la economía, sino que es el consumidor de bienes y servicios turísticos quien impacta en todos los sectores productivos de la economía, incluso en algunos no tomados en cuenta anteriormente, como pueden ser los servicios médicos especializados (Figuerola, 1992). Es un hecho que el turismo de salud es fenómeno en expansión.

En resumen, el detallado modelo de la matriz insumo-producto arroja valiosa información sobre la estructura de la economía, como: a) el grado de interdependencia de los sectores económicos (incluyendo eslabonamientos productivos hacia adelante y hacia atrás), b) la existencia de oferta potencial y c) las disponibilidades de trabajo y capital en cada sector.

Desgraciadamente, en la actualidad la metodología de las TIO se ha dejado de lado y se adopta el concepto de Cuenta Satélite de Turismo. La medición económica de los efectos del turismo estimada por la CST en España y por los análisis Input-Output no son iguales, la diferencia es la presencia del multiplicador de Leontief:

$$IT \text{ CST} \neq ID + IN \text{ TIO}$$

(Figuerola, 1992)

Donde:

IT CST= Impacto total del turismo reflejado en la Cuenta Satélite en Turismo

ID + I IO= Impacto Directo e Indirecto de las Tablas Input-Output.

La revisión y aplicación de la metodología de la Cuenta Satélite de Turismo (CST) presenta la limitante respecto a la capacidad de reflejar de manera integral los efectos del turismo en el sistema económico, renunciando a la profundidad que le daba a este asunto la metodología antecesora: las TIOT (Tablas Input-Output Turísticas). Es decir, con la CST el análisis se limita a una fotografía muy general en un solo momento en el tiempo, sin llevarnos a la profundidad, ni a la perspectiva y proyección que prometían las TIOT y la matriz de Leontief. Por tanto, las diversas metodologías de la CST y sus aplicaciones se presentan como una oportunidad posible de desarrollo, que aún no llega.

Por tanto, las principales limitantes que presenta la CST son el no hacer una evaluación de resultados, no hacer prospectiva, ni inferencia respecto a los resultados, ni valoraciones o cruce de información a fin de evaluar las magnitudes. Es decir, nada que sea equivalente en el nivel macro a las razones o índices financieros en otras áreas que sirven para analizar y evaluar con profundidad la situación y desempeño de las empresas. Por tanto, las características de la CST, son a su vez la mayor limitante para captar íntegramente el carácter sintético del turismo.

Otra dificultad estriba en que los datos publicados no contribuyen a la creación de modelos más avanzados. Con la información regional disponible no es posible elaborar una matriz insumo-producto de Leontief que nos permite calcular el multiplicador. La técnica input-out, requiere de mayor información estadística sobre las transacciones intersectoriales a modo de estimar el impacto del gasto turístico en los diferentes sectores de la economía, en este modelo se asumen relaciones intersectoriales proporcionales y retornos constantes de escala no disponibles y con altos requerimientos humanos, financieros y materiales para su estimación.

1.5.2 El Modelo Keynesiano

Resulta importante resaltar la diferencia entre el efecto multiplicador calculado a partir de las TIO del multiplicador Keynesiano, ya que el modelo Input-Output, habitual de demanda es “abierto”; es decir, se plantea que la demanda final es una variables exógenas desconectadas del subsistema productivo, no existiendo retroalimentación vía renta (Cuadrado y Arranz, 1996). Por lo que se generan efectos directos e indirectos y siendo posible abarcar los inducidos si es ajustado el modelo.

Por otro lado, el modelo Keynesiano trabaja bajo un efecto inducido al aumentar la demanda, vía un incremento de renta, es decir, es un modelo cerrado. La segunda diferencia es la especificidad que toma el efecto multiplicador en las TIO al calcularlo en los diversos sectores económicos versus el modelo Keynesiano basado en la propensión marginal al consumo. La tercera, y más importante para el propósito de la presente investigación, es que el modelo Keynesiano requiere de menos información estadística a gran escala (difícilmente disponible o adaptable), por lo que resulta muy útil al momento de analizar comunidades pequeñas o destinos específicos.

En virtud de lo anterior, más la información disponible en fuentes oficiales (NEGI), **en esta investigación se considera al modelo Keynesiano como el más idóneo para el análisis del turismo en el destino Acapulco** y, por su metodología resulta de gran utilidad para conocer y explicar la realidad, que en términos de gasto turístico, se experimenta en la comunidad local.

Con base al modelo Keynesiano, se afirma que el gasto realizado por el turista generará un aumento en la renta de las empresas y los hogares que podrán traducirse en un mayor consumo y un incremento de la inversión, que a su vez iniciará un nuevo ciclo de efectos inducidos, donde se observa que la demanda turística genera un conjunto de efectos sucesivos que interactúan en el sistema, de tal manera que, al final del proceso, el impulso inicial ha

provocado un “efecto multiplicador” sobre el conjunto del sistema económico (Rey Graña, 1998).

El modelo Keynesiano es útil para el cálculo de efectos directos e indirectos del gasto turístico que terminarán generando un aumento en la renta de las empresas y los hogares que, a su vez, se traducen en un mayor consumo y un incremento de la inversión, iniciando así un nuevo ciclo de efectos inducidos. El modelo básico de Keynes es el siguiente:

$$\text{Multiplicador} = \frac{1}{1-c+m} \quad (\text{Archer, 1990})$$

Donde c es la propensión marginal a consumir (la proporción en que un incremento en el ingreso se manifiesta en un incremento en el consumo) y m es la propensión marginal a importar (la proporción en que un incremento en el ingreso se traduce en un incremento de las importaciones de bienes y servicios).

A partir del modelo keynesiano, Sinclair (1998) señala como una ecuación básica para estimar el multiplicador del gasto en los modelos turísticos la siguiente fórmula:

$$k = \frac{1-l}{1-c(i-t_i)(i-t_d-u)+m} \quad (\text{Sinclair, 1998})$$

Donde l es la primera ronda de derramas, c es la propensión marginal a consumir, t es la tasa marginal de impuesto indirectos, t_d es la de impuesto directos, u es la tasa marginal de pagos y transferencias y m es la propensión marginal a importar. Esta fórmula puede ser modificada para incluir los efectos inducidos del incremento de la inversión.

En otros estudios, Milne (1987) estudió el valor diferencial del multiplicador para el turismo, específicamente en hotelería, tiendas turísticas locales y tour operadoras en las Islas Cook en Australia, su modelo es el siguiente:

$$Ya = \frac{w(1-h-tw) + P(1-tp) + F(1-tw) \sum_{j=1}^I Sai \quad Yi}{Da}$$

(Milne, 1987)

Donde Ya es el coeficiente de beneficio regional para los negocios locales, W representa los sueldos y salarios pagados a residentes, h es el pago de seguridad social y otras deducciones al salario, tw son impuesto directos al trabajo, P es la ganancia de los establecimientos, tp los impuestos a dicha ganancia, F implica la renta pagada a los residentes, Sai es el pago a otros negocios, Yi es el coeficiente del ingreso generado en la comunidad receptora para i número de negocios, por último, Da representa las ventas totales del negocio.

Los resultados encontrados en el estudio de Milne muestran que en pequeños establecimientos locales el valor del multiplicador es mayor. Por el contrario, entre más grandes son los establecimientos, los multiplicadores disminuyen, en respuesta a su contenido de importaciones y la repatriación de las ganancias al origen de las grandes firmas. Esta aportación resulta de vital importancia y debería de servir de base para la elaboración de políticas públicas; debido a que evidencia la importancia de las MiPyMes (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas) en el turismo, que impactan de manera directa en el desarrollo de la localidad receptora.

Posteriormente, Stynes (1997) publica otra metodología también desarrollada para el análisis en regiones específicas de Estados Unidos, utilizada para medir el impacto económico del gasto turístico en los parques nacionales en el estado de Michigan. La fórmula básica es la siguiente:

$$\text{Multiplicador de las ventas Tipo I} = \frac{\text{Ventas directas} + \text{Ventas indirectas}}{\text{Ventas directas}}$$

Donde:

Ventas Directas es la cantidad total de ventas a los turistas en el área.

Ventas Indirectas son las compras que realizan los establecimientos que venden a los turistas para abastecerse de bienes y servicios para abastecer a los turistas visitantes.

Complementariamente, la fórmula del Multiplicador Tipo II es la siguiente:

$$\text{Multiplicador de las ventas Tipo II} = \frac{\text{Ventas directas} + \text{Ventas Indirectas} + \text{Ventas Inducidas}}{\text{Ventas directas}}$$

Las ventas directas e indirectas tienen la misma definición que en el caso anterior. En el caso de las ventas inducidas son aquellas, que se producen en los negocios de la zona debido a las compras que realizan en estos los empleados de los negocios que sirven al turismo en la zona de estudio, mediante las compras en base al salario devengado.

Con base a este tipo de estudio los impactos de la actividad turística sobre el sistema económico en la comunidad receptora se pueden desglosar de la siguiente manera (Aguirre, 2009):

- Primer ciclo de intercambios: donde se producen los efectos directos, los primeros proveedores de la demanda turística (ramas de alojamiento, restaurantes, agencias de viajes, transportes, y comercios) realizan sus operaciones de cobertura de necesidades y satisfacción de demanda.

- Segundo ciclo de intercambios: donde se generan los efectos indirectos, los primeros proveedores, en función de la cuantía y volumen de sus necesidades deben incrementar sus pedidos a sus abastecedores habituales que darán, a su vez, órdenes de pedido a sus proveedores y éstos a su vez a los proveedores primarios. Los efectos indirectos derivados de los segundos y sucesivos intercambios se van debilitando, perdiendo impulso hasta alcanzar un punto de agotamiento.
- Tercer ciclo de intercambios: donde se producen los efectos inducidos, puesto que el efecto conjunto de los efectos directos e indirectos genera un aumento de las rentas familiares y de las empresas que se traducirá en un mayor consumo y en un incremento de la inversión que a su vez produce una diseminación de efectos.

Investigadores como Stynes (1997) y Aguirre (2009) señalan que un error común de muchos analistas es estimar los multiplicadores de las ventas a los turistas sin ajustar éstas al menos dos elementos: a) el primer ajuste, a la cantidad de ventas totales restar la cantidad que es vendida a los habitantes de la localidad y, b) el segundo ajuste, se realiza deduciendo de la cantidad vendida a los turistas, los impuestos sobre ventas como el IVA y el ISR, ya que esta cantidad es recaudada por el gobierno federal y no queda para uso local.

Otro problema común, con los datos sobre las compras de los negocios para vender a los turistas reside en que muchas veces las comunidades son muy pequeñas y producen poco o nada para vender a los turistas y por lo tanto, todas las provisiones o casi todas se deben traer de afuera del área, lo que deja poco o nada de efectos indirectos por la compra de las provisiones localmente.

De la misma manera, ocurre cuando las localidades receptoras están únicamente enfocadas al turismo, dejando de lado otras actividades económicas que diversifiquen su economía local y sirvan de proveedores a las empresas turísticas. A esta situación, en términos económicos, se le denomina monocultivo turístico, lo que significa que el turismo ocupa una posición dominante o hegemónica en la economía, causado, tanto por su alto índice de rentabilidad, como por su relativa “facilidad” de explotación. Lo anterior, generalmente ocasiona conflictos por el uso de la tierra y la desestimulación de alternativas productivas tradicionales como la agricultura, ganadería, pesca, etc. Adicionalmente, la comunidad receptora crea una alta dependencia a los flujos turísticos y cualquier factor externo o interno que lo afecte, afectará seriamente la economía local.

Por tanto, determinadas corrientes de pensamiento consideran que el impacto generado por las actividades turísticas sobre la renta en las comunidades de recepción va a estar minimizado por el aumento de las importaciones, necesarias para poder atender la demanda de consumo del flujo turístico, produciéndose fugas o escapes de valor, lo que hace que las importaciones puedan desempeñar un rol esencial en la influencia económica del turismo (Hernández, 2003). Y, en líneas generales se merma la capacidad del turismo de actuar como tal instrumento de desarrollo. Este problema de las fugas de valor, denominado (leakages), tiene un carácter fundamental, por la intensidad de sus efectos de cara al proceso de desarrollo económico territorial.

En resumen, dadas las condiciones multi e intersectoriales de la actividad económica turística es difícil generalizar cuántas rondas de transacciones se realizan debido al gasto del turista y hasta que ronda las fugas reducen los flujos de efectivo a modo que dejen de impactar en las economías locales. Si las fugas son proporcionalmente menores en las primeras rondas, el impacto del turismo será mayor.

Capítulo 2

Capítulo 2. Evolución del modelo turístico: caso Acapulco

2.1 Panorama nacional

En México, la actividad turística ha sido promovida como parte de las políticas públicas para el desarrollo del país desde inicios del siglo XX. De acuerdo al desarrollo alcanzado, la evolución del turismo en el país puede ser resumida en tres etapas, según autores como Bringas (1999) y Valenzuela y Coll-Hurtado (2010):

1a.-Etapa de nacimiento, de 1920-1940.

2a.-Etapa de desarrollo, de 1940-1958.

3a.-Etapa de tecnificación, de 1958 hasta nuestros días.

La etapa del nacimiento se caracteriza por importantes flujos de turistas específicamente de Estados Unidos, atraídos por la prohibición en la venta y consumo de alcohol dentro de su territorio. Lo anterior, propicia la creación en México de los primeros servicios turísticos: hotelería turística, agencias de viajes y organismos especializados. En el año de 1922 se crea la Asociación de Administradores y Propietarios de Hoteles que más tarde se transforma en la Asociación Mexicana de Hoteles. Surgen empresarios interesados en la oportunidad de negocio que se abre con los primeros grupos organizados de turistas, el sector público se preocupa por el desarrollo y fomento del turismo, al que visualiza como punto de partida para el crecimiento de la economía nacional. Consecuentemente, durante el gobierno de Plutarco Elías Calles, se promulga la ley de migración del 15 de enero de 1926, donde por primera vez en la legislación mexicana aparece el concepto de turista: extranjero que visita la República por distracción, cuya estancia no debe exceder a más de 6 meses (Bringas, 1999).

Bajo esta perspectiva nacional, surge Acapulco como destino turístico, el cual, representa una excelente oportunidad para evaluar el impacto del turismo en México a nivel local. Especialmente, porque Acapulco surgió como

destino turístico resultado de políticas públicas federales desde sus inicios en 1927 (89 años a la fecha). Por ello, es necesario analizar a detalle el comportamiento de la actividad turística en el destino y algunos indicadores demográficos y económicos que contribuyen a establecer la evolución turística, económica y social de Acapulco como ciudad y destino turístico.

2.2 Geografía de Acapulco

Acapulco se encuentra en el litoral sur del estado de Guerrero, su ubicación exacta es $16^{\circ}51'06''\text{N}$ $99^{\circ}54'35''\text{O}$. El clima está representado por dos tipos: el cálido subhúmedo, Awo, localizado en la costa, con temperaturas promedio anual de 27.5°C , y el cálido intermedio Aw, en las partes altas y carriadas, con temperatura entre 23 y 24°C . La precipitación en la línea costera es de 1300 mm anuales. El relieve del Acapulco está formado por un paisaje singular de diversas geoformas que se extienden en escalonamientos desde el nivel del mar, a los 0 m, hasta la máxima altitud representada por el cerro El Veladero a 900 msnm (Valenzuela y Coll-Hurtado, 2009). En la figura 2.1 se muestra el mapa de la ubicación geográfica de Acapulco.

Figura 2.1 Ubicación geográfica de Acapulco



2.3 Evolución turística del destino Acapulco

Las características naturales, como la profundidad de su bahía resguardada por montañas y su agradable clima hicieron que Acapulco se potenciara como enclave en la comunicación marítima a través del Océano Pacífico, elemento que resulta imprescindible para la comprensión de la historia y el desarrollo económico del puerto desde hace más de cuatro siglos.

La importancia de Acapulco inicia desde el periodo de la conquista, cuando Hernán Cortés buscaba un puerto de partida para la exploración del nuevo continente y una ruta marítima para las Indias. Es así como el 13 de diciembre de 1521, Francisco Álvarez Chico encuentra la bahía a la que denominaron Santa Lucía, según el onomástico del día y tradición en aquella época (Escudero, 1997).

Posteriormente, es Andrés de Urdaneta quien recomienda al rey Felipe II el puerto de Acapulco sobre otros puertos del Pacífico como punto de llegada del que se conocería como la Nao de China (Galeón de Manila), sentando las bases para un intenso comercio entre la Nueva España y el oriente durante doscientos cincuenta años (Palazuelos, 2015). Por todo lo anterior, Acapulco fue un espacio de enlace para diversos fines: a) la exploración de territorios desconocidos en el continente y b) la comunicación y comercialización de productos entre América, Europa y Asia.

Durante el siglo XX, la grandeza de Acapulco tiene varias explicaciones que merecen ser analizadas. El destino se concibe como uno de los pioneros en el turismo de “sol y playa”. De acuerdo a su evolución y desarrollo en Acapulco se pueden identificar tres zonas turísticas:

1. Acapulco Tradicional.
2. Acapulco Dorado
3. Acapulco Diamante

En la figura 2.2, se observan el mapa de las zonas de desarrollo turístico del destino, inicia con la llamada Tradicional, conformada por la parte centro-oeste de la bahía de Santa Lucía, Caleta y Caletilla y La Quebrada. El Acapulco Dorado, inicia al final de Parque Papagayo y recorre la mayor parte de la avenida Costera Miguel Alemán hasta el final de ésta. Por último, el Acapulco Diamante, zona que comienza con la avenida Escénica y culmina en el Aeropuerto Internacional de Acapulco Juan N. Álvarez.

Figura 2.2 Zonas turísticas de Acapulco



Fuente: mapa de google.

2.4 Evolución de Acapulco desde una perspectiva de mercado

De acuerdo a Vera y Baños (2010) es preciso revisar los diferentes modelos y teorías evolutivas del espacio turístico, en especial la teoría del ciclo de vida del área turística de Butler, la cual está basada en una sola variable explicativa: el número de turistas. Actualmente, es necesario contemplar los aspectos propios de la actividad económica turística más compleja, como diver-

Los factores que intervienen en la oferta y en la demanda, así como sus elasticidades, número y calidad de los empleos generados por el turismo y la rentabilidad de las empresas turísticas.

Por otro lado, no se deben perder de vista aspectos como los cambios en la estructura territorial, socioeconómica y ambiental de los destinos. Por tanto, bajo el marco conceptual de la economía y siguiendo la evolución del destino, las zonas geográficas de Acapulco se traducen en **tipos de mercado**, según sus etapas de desarrollo como producto turístico. Desde este punto de vista, las zonas turísticas de Acapulco se clasifican de la siguiente manera:

1. Acapulco Tradicional como un **monopolio turístico**. Al no existir un sustituto cercano y al haber barreras a la entrada para otros destinos. Es decir, Acapulco se vio favorecido por dos factores clave que funcionaron como barreras naturales y legales: a) un entorno nacional, las autoridades dieron un impulso claro y único para el desarrollo turístico, y b) un factor internacional, E.E. U.U. rompe relaciones con Cuba. Por tanto, Acapulco surgió con todas las características de este tipo de mercado: controla la cantidad de producto ofrecido y con base en la demanda controla precios, lo que le permitió extraer un mayor excedente al consumidor, apropiándose de éste los empresarios turísticos del Puerto.

2. Acapulco Dorado como un **oligopolio**. En esta etapa Acapulco se enfrenta a un número de competidores muy reducido y con menor infraestructura, de manera que los empresarios del Puerto continúan estableciendo un control de precios, en virtud de contar aún con la preferencia del mayor número de turistas nacionales e internacionales en México.

3. Acapulco Diamante como un mercado en **competencia perfecta**. En este tipo de mercado ampliamente competitivo, las empresas carecen de poder para manipular el precio. Esto resulta en una situación ideal de los mercados

de bienes y servicios, donde la interacción de la oferta y demanda determina el precio. Es decir, los destinos turísticos se enfrentan en una carrera a la baja de precios para atraer un mayor número de turistas, al tiempo en el que disminuyen su rentabilidad, lo que en muchos casos, ocasiona serios problemas en su capacidad de carga.

En el cuadro 2.1 se presenta un panorama general de la evolución del destino Acapulco, ubicando en el tiempo el tipo de mercado turístico al que se enfrentó el destino, su zona geográfica de desarrollo y sus características más representativas.

Cuadro 2.1 Evolución del turismo en Acapulco.

Periodo	Etapas	Zona Geográfica	Característica representativa
1927-1959	Surge Acapulco como monopolio turístico	Acapulco Tradicional, desde la península del Fracc. Las Playas hasta el parque Papagayo.	Acapulco para la demanda turística nacional e internacional, controla precios. Hay un proceso de expropiación de tierras ejidales a fin de construir zonas residenciales y hoteles
1960-1982	Acapulco como oligopolio . Auge turístico	Acapulco Dorado: Apartir del parque Papagayo hasta el Fraccionamiento Las Brisas.	Acapulco se impone como destino turístico, pero tiene que compartir el mercado con destinos en formación. Esta etapa se caracteriza por una expansión sin precedente de la ciudad, debido al auge turístico y al gran impulso brindado por las políticas y programas federales
1983 a la fecha	Acapulco en un mercado de competencia perfecta . Crisis y la reinversión	Acapulco Diamante. A partir del Fraccionamiento Las Brisas hasta el aeropuerto.	Acapulco como tomador de precios. Se repite el proceso de expropiación de tierras, se caracteriza por el desarrollo inmobiliario, impulsando el esquema de segundas residencias por encima de la construcción de hoteles. Se enfrenta a un mercado altamente competitivo.

Fuente: Elaboración propia, con información Valenzuela 2009 y Bergeret 2011.

A continuación, se describen con mayor análisis las etapas del destino turístico Acapulco:

2.4.1 Acapulco como monopolio turístico.

El despegue de Acapulco como destino de ocio y descanso comienza con la inauguración de la carretera federal que conecta a la Ciudad de México con Acapulco. Se abren las primeras hospederías.

En el periodo de la posguerra, durante la década de los años 40, empieza a desarrollarse en forma muy acelerada el fenómeno turístico y en México cobra gran auge, inicia así la etapa de desarrollo, (Bringas, 1999). En materia de servicios se construyen los grandes hoteles, se multiplican las agencias de viajes, aparecen los transportes turísticos y los guías especializados.

Desde sus inicios, el turismo ha sido considerado como una actividad económica con una serie de ventajas, visualizándole como un instrumento de desarrollo; particularmente, en regiones con niveles importantes de marginación, que aunque carecen de medios de producción, cuentan con riquezas naturales. Tales bellezas les otorgan ventajas comparativas como lo mencionan autores como Figuerola (1985) y Calderón (2005) entre las que se encuentran captación de divisas, generación de empleos y generación del tejido empresarial.

Sin embargo, no es hasta la década de los cincuenta cuando se presentan dos factores externos claves para el crecimiento de Acapulco:

1. Económico: el ingreso real de los trabajadores en la posguerra se incrementó, lo que aunado a la disminución en los precios del transporte, les permitió viajar y vacacionar.
2. Político: las tensiones políticas entre Estados Unidos y Cuba orillaron a los estadounidenses a cambiar de destino y virar hacia Acapulco.

Estos factores propiciaron la metamorfosis de Acapulco, al pasar de una pequeña y modesta comunidad de pescadores a una que daba lugar a centros

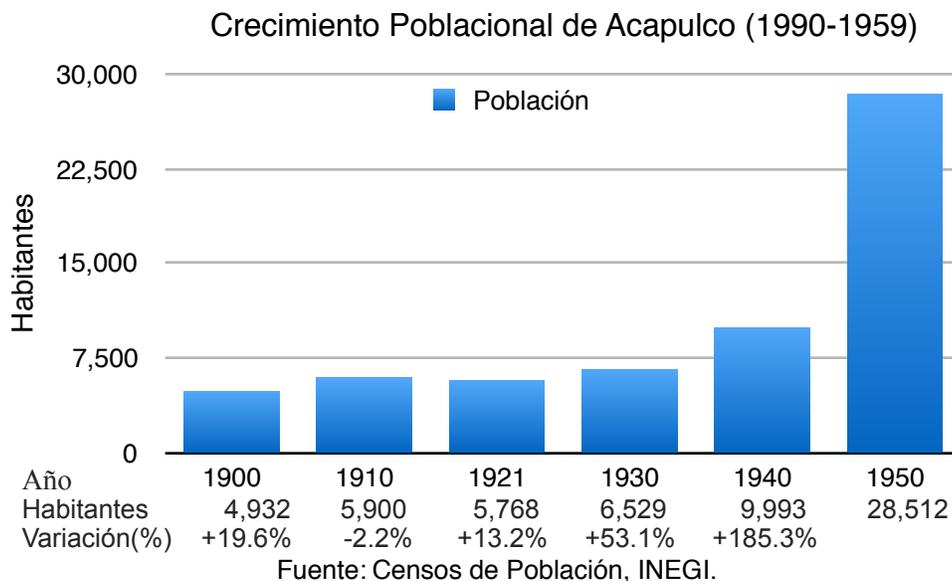
de diversión y fastuosos hoteles donde las personalidades de América y Europa eran cotidianas.

Esta primera etapa de despegue turístico correspondió a la época de oro de Acapulco; alcanzó un renombre nacional e internacional respaldado por la belleza de sus playas, el clima, el sol y la hospitalidad de sus habitantes. El destino se comporta como un monopolio turístico, al acaparar a los consumidores de altos ingresos y establecer precios, lo que genera elevados niveles de rentabilidad a las empresas asentadas durante la época.

Desde el inicio del desarrollo turístico hasta su auge, Acapulco experimenta una expansión económica importante, se construyó la infraestructura necesaria y se creó un elevado número de empleos; lo que se tradujo en mejores ingresos para la población en general.

Como consecuencia de tal auge, llegan a Acapulco gente de todo el estado, de otros estados e inclusive del extranjero. De 1930 a 1940 la población creció 53%; sin embargo, el mayor salto se produce en la siguiente década cuando la población pasa de 9,993 a 28,512 habitantes, lo que implicó un crecimiento de 185%, tal como se observa en la figura 2.3.

Figura 2.3. Crecimiento poblacional en Acapulco (1900-1950).



En 1950, Acapulco era ya el centro de grandes flujos migratorios, lo que provoca que el volumen de la población rebasa los intentos de planificación urbana del destino. La ciudad gestaba en su interior una problemática social, económica, política y ambiental creciente, todo ello sin darse cuenta, o no quererse asumir por parte de las autoridades y los grandes empresarios de la época.

La historia de despojos de terrenos se convirtió en la cotidianidad que dio origen al Acapulco Dorado y su próxima etapa el Acapulco Diamante.

2.4.2 Acapulco como oligopolio

Entre 1950 y 1970 Acapulco experimentó un aumento constante de turistas, que propició la construcción de un mayor número de plazas de alojamiento. De acuerdo con Bergeret (2007) en 1954 hubo 92,694 turistas y, para 1960, el número de turistas era de 540,000 (casi 5 veces más en sólo 6 años).

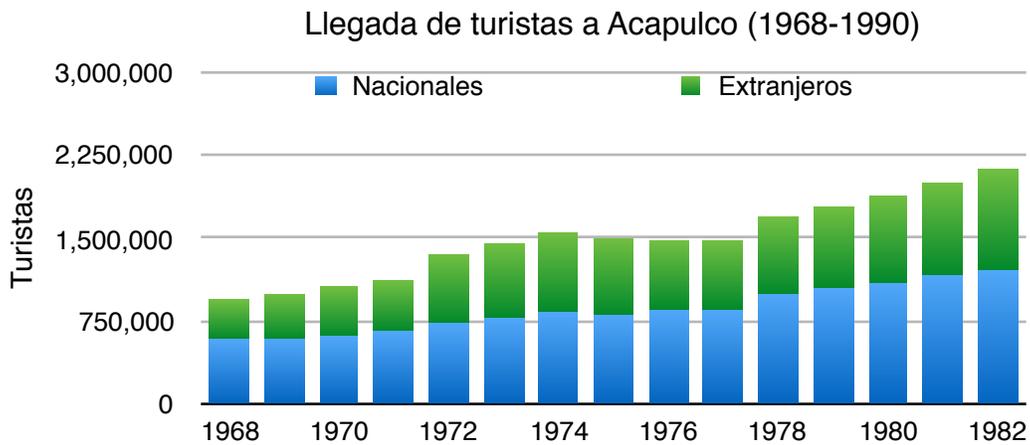
En 1949 es inaugurada la avenida Costera Miguel Alemán y a lo largo de ella florecieron un importante número de hoteles de cadena, condominios, restaurantes, discotecas, agencias de viajes y muchas empresas de servicios. Nace entonces una nueva zona de desarrollo: el “**Acapulco Dorado**”.

A partir de 1970, con cifras oficiales se corrobora un crecimiento continuo en la llegada de turistas hasta 1982. El crecimiento ocurrió durante el periodo de la “treintena gloriosa” y el aumento del poder adquisitivo favoreció el ascenso al turismo de las nuevas categorías sociales (Mesplier y Bloc-Duraffour, 2000, en Valenzuela y. Coll-Hurtado, 2009). Consecuentemente, Acapulco fue el blanco de inversores nacionales y extranjeros, situación que se intensificó con la multiplicación de residencias secundarias y de grandes complejos hoteleros internacionales, se incrementó el número de habitaciones en hote-

les de construcción vertical, lo que transformó el espacio y originó un nuevo paisaje.

La expansión hotelera tuvo un avance alrededor de la bahía, en las áreas cercanas a las playas y los acantilados de los cerros, porque la ubicación frente al mar fue el factor de mayor plusvalía que sólo los hoteles de lujo ofrecían. En la figura 2.4 se muestra el crecimiento en la llegada de turistas al puerto de Acapulco desde 1968 hasta 1983.

Figura 2.4 Llegada de turistas a Acapulco (1968-1990).



Fuente: Observatorio Turístico, UAGro.-CIETAL, Bergeret , 2014.

En general, la tendencia en la llegada de turistas es ascendente, tocando su cúspide en 1982, cuando llegan al puerto de Acapulco 2,115,200. En cuanto, a la participación del turismo extranjero en Acapulco, se observa una diferencia no tan marcada, un promedio en el periodo de 43%, contra un 57% de turistas nacionales. En el cuadro 2.2 se muestran los arribos o llegadas de turistas al puerto de Acapulco desde 1968 hasta 1982 en cifras y porcentajes de crecimiento, así como la participación del turismo nacional y extranjero.

Cuadro 2.2 Arribo de turistas, crecimiento y participación del turismo nacional y extranjero en Acapulco (1968-1982).

Año	Llegada de turistas	Variación (%)	Nacionales (%)	Extranjeros (%)
1968	955,200		61	39
1969	1,001,500	4.85%	59	41
1970	1,061,500	5.99%	58	42
1971	1,120,200	5.53%	58	42
1972	1,341,300	19.74%	53	47
1973	1,457,800	8.69%	53	47
1974	1,551,800	6.45%	52	48
1975	1,485,500	-4.27%	54	46
1976	1,476,500	-0.61%	57	43
1977	1,466,600	-0.67%	57	43
1978	1,684,300	14.84%	59	41
1979	1,783,000	5.86%	58	42
1980	1,887,300	5.85%	58	42
1981	1,997,900	5.86%	58	42
1982	2,115,200	5.87%	58	42

Fuente: Observatorio Turístico, UAGro.-CIETAL, Bergeret , 2014.

Ante tal supremacía en la década de los setenta, en Acapulco no se vislumbraba la amenaza que representaban los nuevos destinos turísticos en gestación: CIP (Centros Integralmente Planeados por FONATUR), especialmente en del Caribe. Acapulco, con la escasa competencia continua acaparando un elevado número de turistas, estableciendo precios y altos márgenes de ganancia a sus inversores.

Se relata que en la década de los setenta, cuando se observaba el Puerto de Acapulco desde un lugar que permitiera tener una visión panorámica de éste,

era natural sentir cierta satisfacción ante tal belleza natural y obra monumental en creación. (Bergeret, 2007)

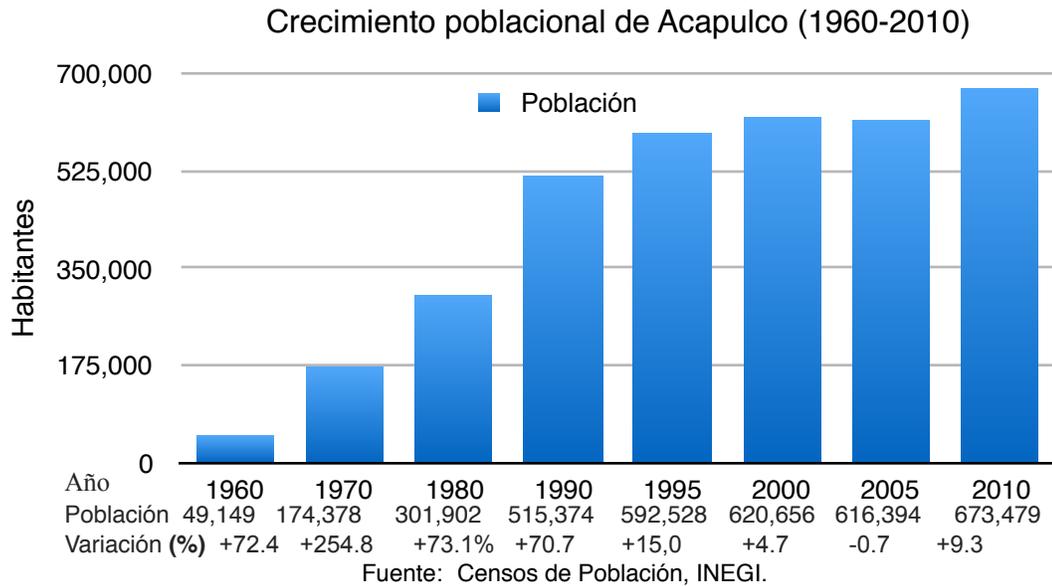
No obstante, los beneficios del modelo turístico de masas aplicado en el puerto no fueron sostenibles en el largo plazo. Para fines de los años 70, ese Acapulco que dio origen al turismo en México necesitaba forzosamente renovar su infraestructura, abrirse a nuevos proyectos turísticos que atrajeran al turismo internacional europeo y norteamericano, pero no sucedió.

En consecuencia, el Puerto comenzó a experimentar grandes problemas que afectaron su posicionamiento en el turismo internacional (Bergeret, 2007). Para los años 80 Acapulco, ya se concentraba a recibir el turismo nacional, ya que el internacional poco a poco se iba desvaneciendo, por no encontrar esa modernidad que daban ya otros polos turísticos, incluso en el propio país.

De esta forma inicia la competencia con otros destinos nacionales fuertemente apoyados por políticas públicas federales, como Cancún e Ixtapa-Zihuatanejo. Éstos, tuvieron como objetivo atraer ese turismo internacional que no quería regresar a Acapulco como en temporadas anteriores.

A pesar del descenso en flujos turísticos, la fama de Acapulco atrajo a miles de personas que llegaron en busca de la oportunidad de generar riquezas, en muchos casos no llegó. Se poblaron los cerros que circundan la Bahía de Santa Lucía y se sobrepasaron los intentos de planeación urbana. Como se observa en la figura 2.5, la población en Acapulco crece en forma desmedida (254%) durante la década de 1960 a 1970, y continúa creciendo por arriba del 70% las dos siguientes décadas, un ritmo muy superior a la media nacional. Sin embargo, conforme declina el auge turístico, el crecimiento de la población también lo hace.

Figura 2.5 Crecimiento poblacional de Acapulco (1960-2010)



La consolidación de Acapulco como un importante destino de playa en el ámbito turístico, produjo no sólo cambios significativos en la organización espacial del área turística, sino también importantes virajes en el control y manejo de algunos sectores de la actividad. (Valenzuela y. Coll-Hurtado, 2009).

A partir de los años ochenta viene reflexión, la remembranza de historias, y claro, la preocupación de continuar engrandeciendo y mejorando Acapulco ante los retos que se presentaron. La década de los ochenta fue un periodo muy difícil que Acapulco logró sobrevivir en los mercados sustentando sus posibilidades ahora en el turismo nacional.

2.4.3 Acapulco en competencia perfecta.

A partir de los años 80 Acapulco enfrenta una nueva realidad, los tiempos en los que los turistas venían solos, atraídos por el glamour del Puerto se han ido. Acapulco ya no lidera el mercado turístico, tiene que aceptar la fuerte competencia que representaban los CIP's (Cancún, Los Cabos, Puerto Vallarta, Ixtapa-Zihuatanejo y Huatulco) ya fortalecidos. Las empresas turísticas en

Acapulco ya no están en posibilidades de establecer precios, por el contrario, deben tomar en cuenta los precios impuestos por la competencia. Empieza lo que en economía se llama “*race to the bottom*” (carrera al abismo): competencia entre empresas basada en disminuir precios y bajar costos mediante salarios el sacrificio de salarios y condiciones laborales, todo con el fin de atraer turistas (Cambridge Dictionary).

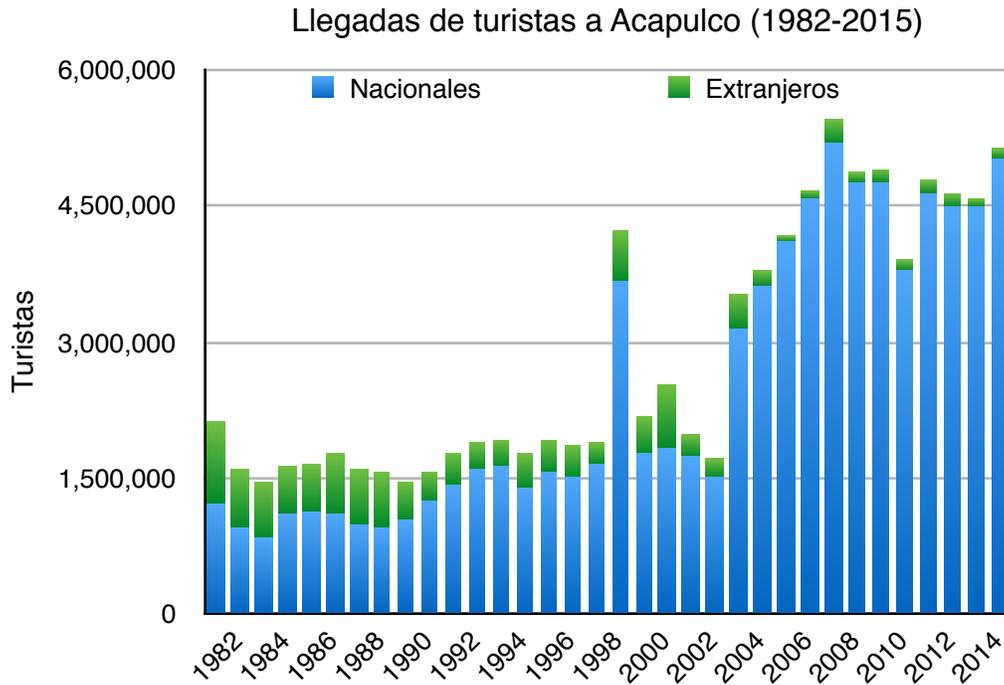
Como consecuencia, se plantea la necesidad de diferenciar y mejorar el producto Acapulco, diversificando la oferta a fin de recobrar imagen y atraer a nuevos y antiguos consumidores. Surgen, entonces, el CICI (parque acuático), el zoológico de La Roqueta, grandes discotecas, centros comerciales, y entre otras cosas, adecuaciones a la infraestructura de comunicación: la ampliación a la Avenida Cuauhtémoc, la carretera al aeropuerto, la proyección de la autopista y el maxitunel. Logrando con ello un repunte en la llegada de turistas (Escudero, 1997).

De igual manera, para los años 90 nace el proyecto del Acapulco Diamante, lugar donde se proyectaron zonas con nueva oferta turística, dirigidas a segmentos muy exclusivos, sobre todo para producir ese acercamiento con el turismo internacional, que en su momento visitó este destino. Sin embargo, al paso de los años, también esta zona se fue mezclando con las colonias populares, destruyendo el entorno turístico. A la fecha se han provocado algunos problemas sociales y asentamientos humanos, ordenamiento territorial, infraestructura, baja afluencia turística, pobreza en la población, entre otros. (Bringas, 1999).

En la figura 2.6 se muestra la llegada de turistas al Puerto de Acapulco, después de un crecimiento continuo durante los años 70, resalta la caída en el año 1983 y el estancamiento posterior hasta el año 2000. Con excepción del año 1999, cuando se registraron 4,226,351 llegadas de turistas, un incremen-

to de 122% con respecto al año anterior. Sin embargo, no existe una evidencia, ni fenómeno, que sustente este incremento en la llegada de turistas.

Figura 2.6 Llegada de turistas a Acapulco (1982 a 2015).



Fuente: Observatorio Turístico, UAGro.-CIETAL, Bergeret , 2014.

Otro cambio importante con respecto a la década de los 70, es el origen de los turistas. En este periodo (a partir de los años 80) el turismo internacional ha venido descendiendo paulatinamente, hasta pasar del 43% en 1984 al 2% en 2015. El cuadro 2.3 muestra los detalles de la actividad turística en el destino Acapulco en cuanto al número de llegada de turistas, su crecimiento y el origen de los mismos.

Cuadro 2.3 Llegada de turistas a Acapulco. (1983-2015).

Año	Llegada de turistas	Variación (%)	Nacionales	Participación %	Extranjeros	Participación %
1983	1,588,000	-24.92%	953,300	60	634,700	40
1984	1,451,100	-8.62%	826,200	57	624,900	43
1985	1,617,000	11.43%	1,094,800	68	522,200	32
1986	1,645,596	1.77%	1,130,833	69	514,763	31
1987	1,786,121	8.54%	1,103,781	62	682,340	38
1988	1,611,045	-9.80%	972,602	60	638,443	40
1989	1,561,356	-3.08%	943,674	60	617,682	40
1990	1,466,324	-6.09%	1,049,194	72	417,130	28
1991	1,580,656	7.80%	1,251,615	79	329,041	21
1992	1,783,921	12.86%	1,415,601	79	368,320	21
1993	1,901,511	6.59%	1,592,212	84	309,299	16
1994	1,930,083	1.50%	1,617,017	84	313,066	16
1995	1,781,763	-7.68%	1,406,368	79	375,395	21
1996	1,914,035	7.42%	1,577,059	82	336,976	18
1997	1,859,693	-2.84%	1,513,441	81	346,252	19
1998	1,898,722	2.10%	1,662,466	88	236,256	12
1999	4,226,351	122.59%	3,664,865	87	561,486	13
2000	2,178,416	-48.46%	1,777,217	82	401,199	18
2001	2,543,100	16.74%	1,844,907	73	698,193	27
2002	1,977,547	-22.24%	1,742,189	88	235,358	12
2003	1,724,624	-12.79%	1,500,566	87	224,058	13
2004	3,531,017	104.74%	3,147,413	89	383,604	11
2005	3,775,597	6.93%	3,617,361	96	158,236	4
2006	4,162,588	10.25%	4,100,153	99	62,435	1
2007	4,659,774	11.94%	4,589,606	98	70,168	2
2008	5,454,468	17.05%	5,188,360	95	266,108	5
2009	4,876,386	-10.60%	4,761,050	98	115,336	2
2010	4,890,456	0.29%	4,756,745	97	133,711	3
2011	3,903,849	-20.17%	3,791,559	97	112,290	3
2012	4,782,223	22.50%	4,643,540	97	138,683	3
2013	4,634,287	-3.09%	4,500,468	97	133,819	3
2014	4,590,910	-0.94%	4,481,115	98	109,795	2
2015	5,120,439	11.53%	5,009,790	98	110,649	2

Fuente: Observatorio Turístico, UAGro.-CIETAL, Bergeret , 2014.

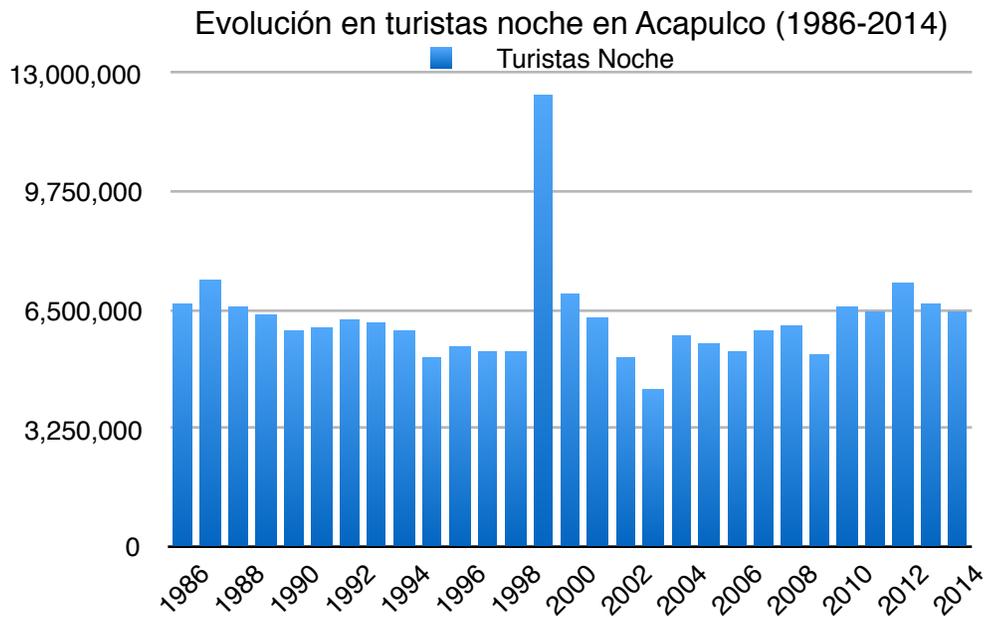
Acapulco tiene el reto de recuperar la preferencia del turismo extranjero. En 2014 el gasto promedio del turismo extranjero de internación era de \$488 dólares diarios (Datatur, 2014), contra los \$950 pesos que gasta el turismo nacional en promedio en Acapulco. Además, el turismo extranjero tiene una estadía promedio de 2.1 días, contra 1.4 del turismo nacional, lo que representa un gasto por turista significativamente mayor en cada viaje.

Por otro lado, se destaca que aunque la cantidad de turistas registrados en 1987 es menor; la estadía promedio era ligeramente mayor a 4 días, lo que resulta en 7,345,230 llegadas de turistas noche. Es preciso señalar las diferencias entre el concepto llegada de turistas que implica el total de arribos de turistas a un destino, y el concepto turistas noche. El glosario de Datatur los define de la siguiente manera:

- Llegada de turistas: Número de personas registradas en el mes, clasificadas según su lugar de residencia en nacionales o extranjeras (esta información se toma directamente de los registros, si la dirección ahí anotada pertenece al país, entonces se considera al turista como nacional, en caso contrario se le considera extranjero).
- Turistas Noche: Se obtiene del registro diario del número de turistas que ocupan las unidades del establecimiento, por su estancia (número de noches que pernoctan en el establecimiento), clasificados también según su lugar de procedencia, residentes o no residentes en el país.

Para el 2014, la estadía no supera el 1.4 días por turista, lo que genera 6,416,828 de turistas noche, implicando un descenso del 13%, como se muestra en la figura 2.7.

Figura 2.7 Evolución de turistas noche en Acapulco (1986-2014).



Fuente: Observatorio Turístico, UAGro.-CIETAL, Bergeret , 2014.

En el cuadro 2.4 se muestran los datos estadísticos más importantes, en cuestión turística, que bien describen el desempeño turístico de Acapulco en los últimos 15 años. Se destaca un bajo dinamismo en la oferta hotelera, apenas 59 nuevos establecimientos en 15 años, propiciado por el continuo descenso en ocupación hotelera y estadia. Al contrario de la derrama económica en aumento, reportada por la Sectur, el gasto promedio ha disminuido y es considerablemente bajo en comparación con el gasto promedio del turismo internacional.

Cuadro 2.4 Indicadores turísticos (2000-2014).

Año	Oferta de hospedaje	Oferta de cuartos	Ocupación hotelera	Llegada de turistas	Estadía	Derrama económica	Gasto promedio
Unidad de medida	Hoteles	Cuartos	Porcentaje	Miles de turistas	Días	Pesos	Pesos
2000	216	17,440	47.05%	2,178.4	3.18	12,879,641,736	1,079
2001	216	17,440	44.01%	2,196.7	2.48	13,817,446,500	1,203
2002	236	18,069	37.24%	19,775	2.63	13,858,054,380	1,131
2003	238	16,587	31.59%	1,724.6	2.53	11,421,415,483	722
2004	237	16,547	41.25%	3,531.0	1.64	13,590,895,280	754
2005	237	16,518	40.76%	3,775.5	1.48	14,947,277,113	850
2006	256	16,329	39.33%	4,162.5	1.29	17,363,315,325	850
2007	257	16,435	42.16%	4,659.7	1.28	20,664,137,160	850
2008	256	16,419	45.34%	5,454.4	1.12	23,775,235,420	950
2009	246	18,147	47.80%	4,876.3	1.08	27,342,667,036	970
2010	245	18,513	38.76%	4,890.4	1.34	27,284,517,699	950
2011	242	18,345	37.73%	3,903.8	1.64	25,712,998,554	950
2012	243	18,420	41.31%	4,782.2	1.52	27,239,733,920	950
2013	238	18,515	39.31%	4,634.2	1.44	31,238,100,000	1,000
2014	275	18,544	38.87%	4,590.9	1.4	28,673,700,000	950

Fuente: Datos de Sectur, Observatorio Turístico, CIETAL 2014

El arribo de turistas no es un dato relevante si no se establece conexión entre éste y el crecimiento del destino. Al respecto, el aumento de la población, asociado al crecimiento turístico, resulta igualmente importante para entender la problemática actual, sobretodo, en cuestión de planificación urbana y desarrollo de la ciudad.

Conforme a los resultados que arrojó el II Censo de Población y Vivienda 2010 llevado a cabo el INEGI (Instituto Nacional de Estadística, y Geografía), la ciudad de Acapulco cuenta con una población total de 673,79 habitantes, mientras que el total del municipio cuenta con 789,971. Es considerada la

vigésimo segunda ciudad más poblada de México y la décima sexta zona metropolitana más poblada de México (está conformada por seis localidades del municipio de Acapulco de Juárez y cuatro del municipio de Coyuca de Benítez), el área metropolitana de Acapulco agrupó un total de 863,431 habitantes en una superficie de 3,538.5 km².

La Población Económicamente Activa (PEA) en la localidad de Acapulco de Juárez es de 230.093 personas (37.07% de la población total) y el 80% de éstas se emplean en el sector terciario, dominado por empresas vinculadas al turismo.

Pero ¿cómo vive la población de Acapulco? De acuerdo a la última medición, a nivel municipal, de pobreza realizada por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política en Desarrollo Social (CONEVAL), Acapulco se encuentra dentro de los diez municipios con el mayor número de habitantes en pobreza en México. Un total de 405,499 individuos (51.6% del total de la población), de los cuales 298,451 (38%) presentaban pobreza moderada y 107,048 (13.6%) estaban en pobreza extrema. Es decir, en el aspecto social, Acapulco muestra sus peores cifras.

En el cuadro 2.5. se realiza un comparativo entre los principales destinos de sol y playa en México, sus principales indicadores turísticos, población y pobreza. Los destinos con menores niveles de pobreza resultan Cancún, Mazatlán y Los Cabos. De igual manera si se analiza la pobreza extrema.

En Mazatlán se observan niveles de ocupación hotelera muy similares a los de Acapulco; sin embargo, en Mazatlán la actividad portuaria es más elevada, así como el nivel de desarrollo del estado de Sinaloa en su conjunto. En Los Cabos, los niveles de ocupación hotelera son 12% mayores que en Acapulco.

Por su parte, Cancún, al igual que Acapulco, es de naturaleza turística y los niveles de población muy similares, no así los de ocupación hotelera y pobreza.

Cuadro 2.5 Pobreza en los destinos turísticos de México (2010).

Municipio	No. de hab.	Pobreza %	Pobreza extrema %	Llegada de turistas	Cuartos	Ocupación %
Acapulco	785,594	51.6	13.6	3,903,849	18,345	47
Cancún	703,294	26.3	3.2	3,892,029	28,844	58
Mazatlán	426,243	28.1	2.9	1,548,300	9,143	47
Puerto Vallarta	235,587	45.5	5.1	1,276,306	11,286	54
Playa del Carmen	228,449	41.1	8.4	603,463	5,563	68
Los Cabos	215,657	28.5	5.6	1,237,283	11,852	59
Ixtapa-Zihuatanejo	119,945	53.6	13.4	546,258	5,055	47
Huatulco	41,362	57.8	12.9	376,701	2,837	51
Fuente: CIETAL, Observatorio Turístico. Bergeret (2014) a partir de los Censos de Población y Vivienda, INEGI y los resultados del CONEVAL (2010)						

En materia turística, la diferencia más clara está en los niveles de ocupación que presentan los otros destinos, donde Acapulco presenta los niveles más bajos y Playa del Carmen, Los Cabos y Cancún los más altos. Por tanto, es posible sugerir una relación entre los niveles de ocupación y la estadia con indicadores de pobreza, no así con la llegada de turistas, en donde Acapulco pareciera estar muy cercano a Cancún.

En conclusión, la relevancia del turismo para México es indudable y sus beneficios no sólo se reflejan en la generación de empleos, sino en su papel detonador del desarrollo regional. Sin embargo, en un destino turístico madu-

ro como Acapulco las expectativas anteriores se colocan en tela de juicio. En pleno el siglo XXI, en Acapulco el reto se ha acrecentado, ante una población empobrecida, problemas sociales, ambientales y políticos resulta apremiante realizar un análisis profundo de la evolución de las políticas públicas aplicadas, o bien, omitidas en el destino; así como una revisión del modelo turístico que continua replicándose.

CAPÍTULO 3

Capítulo 3. Método

Al momento de estudiar los impactos económicos del turismo es posible encontrar una variedad de metodologías desarrolladas por investigaciones anteriores. En esta investigación se retoma el modelo de estudio de impacto económico propuesto por Styne (1997), replicado por Aguirre (2009), para dar respuesta a preguntas como las siguientes:

- ¿Qué porcentaje de las ventas totales de las empresas turísticas establecidas en el destino Acapulco se deben al turismo?
- ¿Qué porcentaje de los ingresos generados se gastan en la compra de insumos y suministros a empresas locales?
- ¿Cuántos trabajos se genera debido a la actividad turística?
- ¿Qué porcentaje de impuestos, licencias y permisos se pagan al sector público federal y local las empresas turísticas?

3.1. Diseño y estrategia de la Investigación

El método de estudio empleado en la investigación es cuantitativo-cualitativo, mediante el análisis de bases de datos de los Censos Económicos 2009 y 2014, publicados por el INEGI para cuantificar y describir el impacto económico de la actividad turística en Acapulco.

La investigación cualitativa investiga el por qué y cómo se tomó una decisión, en contraste con la investigación cuantitativa la cual busca responder preguntas tales como: cuál, dónde, cuánto. Mientras que la investigación cualitativa se basa en la toma de pequeñas muestras, esto es la observación de grupos de población reducidos. En la metodología cualitativa los datos a analizar pueden venir de distintas fuentes como entrevistas, observación, textos y datos cuantitativos previos. Por tanto, posible combinar los datos datos cualitativos con los cuantitativos (Quecedo, R., 2003). El cuadro 3.1 denota las dimensiones en los métodos cualitativo y cuantitativo.

Cuadro 3.1 Dimensiones en los métodos cualitativo y cuantitativo.

DIMENSIONES	INVESTIGACION CUANTITATIVA	INVESTIGACION CUALITATIVA
<p>Inducción-Dedución Hace referencia al lugar de la teoría en la investigación.</p>	<p>Deducción Comienza con un sistema teórico, desarrolla definiciones operacionales de las proposiciones y conceptos de la teoría y las aplica empíricamente en algún conjunto de datos. Pretenden encontrar datos que ratifiquen una teoría.</p>	<p>Inducción Comienza con la recogida de datos, mediante la observación empírica o mediciones de alguna clase, y a continuación construye, a partir de las relaciones descubiertas, sus categorías y proposiciones teóricas. Pretenden descubrir una teoría que justifique los datos. Mediante el estudio de los fenómenos semejantes y diferentes analizados, desarrolla una teoría explicativa.</p>
<p>Generación-Verificación Se refiere al lugar de la evidencia en la investigación, así como a la medida en que los resultados del estudio son aplicables a otros grupos.</p>	<p>Verificación No solo intenta determinar la medida en que se cumple una proposición, probar empíricamente que una hipótesis dada es aplicable a varios conjuntos de datos, sino que también procura establecer generalizaciones con relación al universo de poblaciones al que ésta es aplicable.</p>	<p>Generación Se centra en el descubrimiento de constructos y proposiciones a partir de una base de datos o fuentes de evidencia (observación, entrevista, documentos escritos...). A partir de los datos, que se ordenan y clasifican, se generan constructos y categorías. Busca la transferibilidad, no la generalización científica (Walker, 1983).</p>
<p>Construcción-Enumeración Hace referencia a los modos de formulación y diseño de las unidades de análisis de un estudio.</p>	<p>Enumeración Es un proceso en el que las unidades de análisis, previamente derivadas o definidas son sometidas a un cómputo o enumeración sistemáticos.</p>	<p>Construcción Se orienta al descubrimiento de los constructos analíticos o categorías que pueden obtenerse a partir del continuo comportamental; es un proceso de abstracción en el que las unidades de análisis se revelan en el transcurso de la observación y descripción.</p>
<p>Subjetividad-objetividad Se refiere al tipo de datos que se obtienen y analizan en la investigación.</p>	<p>Objetividad Aplica categorías conceptuales y relaciones explicativas aportadas por observadores externos al análisis específico de las poblaciones concretas. Determina la medida en que la conducta real de los participantes se corresponde con las categorías y relaciones explicativas aportadas por los observadores externos.</p>	<p>Subjetividad Mediante estrategias adecuadas, se busca obtener y analizar datos de tipo subjetivo. Su propósito es reconstruir las categorías específicas que los participantes emplean en la conceptualización de sus experiencias y en sus concepciones.</p>

Fuente: Quecedo, R. (2003), pág. 10

Las dimensiones citadas en el cuadro 3.1 se han de interpretar, no como dicotomías, sino con un carácter relativo, en la realidad se producen coincidencias parciales. Por ejemplo, algunos estudios, combinan unidades de estudio constructivas y enumerativas; o comienzan generando proposiciones que posteriormente se verifican. Cualquiera de las cuatro dimensiones, puede encontrarse en combinación con las otras tres (Quecedo, R., 2003).

En esta investigación, el método cuantitativo permitió recoger y analizar datos cuantitativos sobre variables (remuneraciones, personal ocupado, ingresos por venta de bienes y servicios, gastos por compra de bienes y servicios). A su vez, permitió establecer relación entre las variables estudiadas (causalidad), lo que condujo a la realización de inferencias que expliquen el por qué de los datos y la realidad apreciada en el destino Acapulco.

Por otro lado, la metodología cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica, estudia la asociación en contextos estructurales y situacionales. Por tanto, el método cualitativo facilitó hacer registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las encuestas que permiten una interacción mayor para la interpretación de datos.

El tipo de estudio se declara descriptivo, diacrónico y observacional.

3.2 Análisis de los Censos Económicos 2009 y 2014

EL punto de partida es la información publicada en los Censos Económicos 2009 y 2014 realizados por el INEGI. Los datos fueron descargados a nivel municipal (Acapulco de Juárez), desagregados hasta por rama y actividad económica e identificando los principales indicadores, como: personal ocupado y remunerado, volumen de remuneraciones, gasto por compra de bienes y servicios, ingresos por la venta de bienes y servicios, inversión, formación bruta de capital y consumo intermedio.

A partir de esta base de datos, se realizó una selección de las ramas económicas vinculadas directamente a la actividad turística. El resultado, fue una base de datos censal de la actividad económica en Acapulco, en dos cortes 2009 y 2014. Esto permitió aislar, en un primer momento, el comportamiento de la actividad turística y posteriormente, comparar el desempeño del turismo con la economía en general, así como establecer relación entre ambos. En el cuadro 3.2 se muestran las ramas de la actividad económica vinculadas directamente al turismo, de acuerdo al cuadro 1.5 (OMT, 1999).

Cuadro 3.2 Ramas de la actividad económica relacionadas directamente al turismo (OMT, 1999).

12001 Acapulco de Juárez
4611 Comercio al por menor de abarrotes y alimentos
4612 Comercio al por menor de bebidas, hielo y tabaco
4621 Comercio al por menor en tiendas de autoservicio
7121 Museos, sitios históricos, zoológicos y similares
7131 Parques con instalaciones recreativas y casas de juegos electrónicos
7132 Casinos, loterías y otros juegos de azar
7139 Otros servicios recreativos
7211 Hoteles, moteles y similares
7212 Campamentos y albergues recreativos
7213 Pensiones y casas de huéspedes, y departamentos y casas amueblados con servicios de hotelería
7223 Servicios de preparación de alimentos por encargo
7224 Centros nocturnos, bares, cantinas y similares
7225 Servicios de preparación de alimentos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas
4855 Alquiler de autobuses con chofer
4859 Otro transporte terrestre de pasajeros
4871 Transporte turístico por tierra
4872 Transporte turístico por agua
4881 Servicios relacionados con el transporte aéreo
4883 Servicios relacionados con el transporte por agua
4884 Servicios relacionados con el transporte por carretera

Fuente: Elaboración propia a partir de los Censos Económicos del INEGI.

3.3 Aplicación de encuesta.

Debido a los requerimientos de información específica para la eliminación de errores y análisis cualitativo, se aplicó un cuestionario elaborado con base la encuesta realizada por Aguirre (2009) para estimar el impacto del gasto turístico en los Parques Nacionales en Costa Rica y la encuesta aplicada para el Censo Económico 2014 por el INEGI.

Las variables consideradas son las marcadas por modelo y agrupadas en cinco secciones:

- Generales: ubicación de la unidad económica; tipo del negocio atendiendo su tipo de actividad (hoteles, restaurantes, agencias de viajes), tiempo en funcionamiento del negocio y principal cliente (turistas o población local).
- Insumos y suministros: bienes y servicios necesarios para el desempeño de la actividad económica, clasificándolos por importancia en base al gasto realizado en ellos y si éstos son adquiridos localmente, fuera del estado de Guerrero o del país.
- Empleo: número del personal ocupado para el desempeño de la actividad económica, importe del pago de sueldos y salarios, seguridad social y algunas otras prestaciones. Se toma en cuenta la temporalidad del turismo, por lo que se hace la diferencia entre temporada alta y temporada baja.
- Impuestos: se pregunta sobre el porcentaje destinado al pago de impuestos, haciendo una diferencia entre los federales y los locales.
- Ventas totales, utilidad y reinversión: en esta sección, resulta importante diferenciar la temporalidad, por lo que se pregunta por los montos de ventas totales y los porcentajes de utilidad en temporada baja y en temporada alta.

Debido a la importancia de contar con la información de primera mano, el cuestionario se aplicó a propietarios o gerentes de las unidades económicas como hoteles, restaurantes y agencias de viaje, ubicadas en la franja turística

del Puerto de Acapulco. La información obtenida y procesada permitió realizar los ajustes a la información y eliminar errores de apreciación.

El primer error es estimar los multiplicadores de las ventas a los turistas sin realizar ajustes de por lo menos dos elementos. El ajuste inicial, es estimar la cantidad de ventas totales que es vendida a los residentes de la localidad. En la presente investigación este dato se toma de las encuestas realizadas, donde se solicita a cada uno de los empresarios y gerentes entrevistados que estimaran el porcentaje de sus ventas realizadas a la población local. Con base a sus respuestas se determinó un promedio del 20% de consumo de residentes. Este porcentaje fue restado al volumen de ventas totales.

El segundo ajuste, se realiza deduciendo de la cantidad vendida a los turistas, los impuestos sobre ventas que en este caso fue del 16% de IVA, ya que esta cantidad se entrega al gobierno federal y no queda para uso local. La cantidad resultante de deducir los dos valores anteriores, permitió obtener el importe de ingresos por la venta de bienes y servicios que verdaderamente permanece en la localidad como resultado del turismo. Esta estimación es lo que se denomina **consumo turístico**.

Otro problema común con los datos sobre las compras de las empresas turísticas, reside en que las localidades receptoras usualmente son poco diversificadas por lo que no producen los insumos requeridos para su actividad. Por lo tanto, un alto porcentaje de los insumos y suministros de las empresas deben traerse de fuera del estado, dejando poco o nada de efectos indirectos por la compra de éstos. En este caso, los ajustes realizados fueron: a) restar al dato de compra de bienes y servicios el 25%, resultado de preguntar a los empresarios y gerentes un estimado de insumos y suministros que se compra fuera del estado o del país; y b) restar el 16% de IVA. Con ello se obtuvo la compra de bienes y servicios a nivel local.

Adicionalmente, se incluyeron preguntas sobre variables no consideradas por el modelo utilizado por otros autores (Stynes, 1997; Aguirre 2009 y Martínez et al, 2013), por ejemplo: ¿ha aumentado los precios de los bienes y servicios que oferta en los últimos cinco años? y, para el caso de los hoteles, ¿cuál fue el porcentaje de ocupación hotelera en el año inmediato anterior? Estas preguntas permitieron hacer un análisis más preciso de la evolución de las empresas turísticas en el Puerto de Acapulco y comparar resultados con la información oficial publicada por la Sectur.

En resumen, la ficha técnica de la investigación es la siguiente:

Ficha técnica	
Tipo de estudio	Cauntitativo- cualitativo
Método	Análisis de bases de datos
Objeto de estudio	Unidades económicas turísticas de Acapulco
Sujetos de estudio	Gerentes, Dueños, Directores, Encargados.
Instrumento	Encuesta
Periodo	2015
Organizaron los datos	Categorización o codificación descriptiva y organización de datos

CAPÍTULO 4

4. Resultados encontrados.

Los estudios sobre los impactos económicos del turismo suelen analizar una perspectiva en una sólo vía y de manera estrecha, pues es común que sólo enfaticen los aspectos positivos del turismo, específicamente los económicos dejando de lado los aspectos sociales y ambientales negativos. Sin embargo, los resultados encontrados en esta investigación muestran una clara relación entre los datos económicos y los indicadores sociales prevaletes en el Puerto de Acapulco. Además, evidencian aspectos económicos negativos como la estacionalidad del empleo, la disminución en los niveles de remuneraciones al personal empleado y una baja en la rentabilidad de las empresas, factores que impactan directamente en el bienestar de la población local.

El punto de partida en este análisis, es el consumo extraordinario de bienes y servicios realizado por el turista en unidades económicas del destino Acapulco. Estas empresas, a su vez, consumen bienes y servicios para su operación, pagan salarios, impuestos, etc. Ésta es la ruta que se revisa y a la que se incorpora el multiplicador de las ventas turísticas tipo I (efecto directo) y tipo II (efecto indirecto) para determinar el impacto del turismo. La figura 4.1 ilustra la manera en la que, el gasto del turista impacta a la economía local.

Figura 4.1 Ingresos por turismo.



Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente, se analiza la evolución de las empresas turísticas en el destino Acapulco, la actividad económica en general y su conexión con el turismo. Además, se realiza un breve comparativo con Cancún, con la finalidad de dimensionar la actividad económica en Acapulco.

4.1 Análisis económico de la actividad turística en Acapulco

Con el fin de evaluar el desempeño de la actividad turística en Acapulco se seleccionaron las ramas económicas de naturaleza turística (cuadro 3.2), separándolas del resto de las actividades publicadas en los Censos Económicos 2009 y 2014. En el cuadro 4.1 se muestran los principales indicadores del desempeño de las empresas turísticas en Acapulco en el año 2009 y 2014, así como su crecimiento en el periodo.

Cuadro 4.1 Indicadores de la actividad económica turística en Acapulco (2009 y 2014).

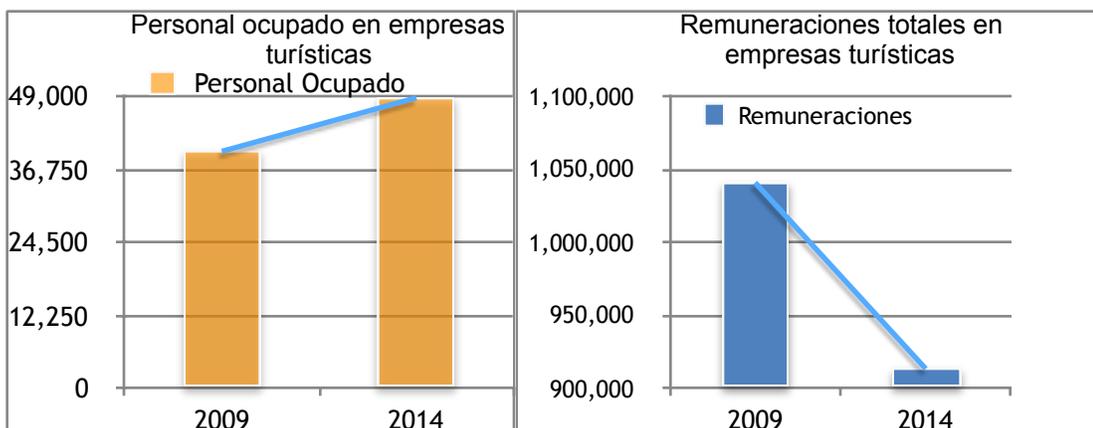
Indicadores	Desempeño en ramas vinculadas directamente al turismo			
	Año	2009	2014	Variación
Personal ocupado total		39,885	48,876	22.54%
Total de remuneraciones (miles de pesos)		1,041,363	913,918	-12.24%
Total de gastos por consumo de bienes y servicios (miles de pesos)		11,669,271	14,196,826	21.66%
Total de ingresos por suministro de bienes y servicios (miles de pesos)		15,092,358	17,742,592	17.56%
Consumo intermedio (miles de pesos)		3,704,652	5,247,273	41.64%
Inversión total (miles de pesos)		353,385	827,434	134.15%
Formación bruta de capital fijo (miles de pesos)		281,483	305,133	8.40%

Fuente: Elaboración propia a partir de los Censos Económicos del INEGI 2009 y 2014)

De los resultados del cuadro 4.1 se desprende el siguiente análisis:

A) Personal ocupado y remuneraciones. Generalmente, se espera que las cifras de empleo y volumen de remuneraciones tengan un comportamiento en el mismo sentido, es decir, a mayor personal ocupado, el volumen de las remuneraciones pagadas debería aumentar. Sin embargo, no se observa ese comportamiento en los resultados del desempeño de las empresas turísticas. Mientras el personal ocupado aumenta un 22%, las remuneraciones bajan un 12%. La figura 4.2 muestra la evolución a la alza en el número de personal ocupado y a la baja en remuneraciones en el año 2014 con respecto al 2009, en las unidades económicas turísticas en Acapulco.

Figura 4.2 Evolución del personal ocupado y las remuneraciones pagadas por empresas turísticas (2009 y 2014).



Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos de INEGI (2009 y 2014)

¿Cómo se interpretan estos resultados? Actualmente, son cada vez más las personas que trabajan sin recibir un sueldo base, sólo perciben propinas. De acuerdo a la metodología de INEGI, las propinas no son un salario conforme a la ley; por tanto, este ingreso no es considerado en el censo.

Una disminución tan marcada en las remuneraciones del personal empleado en la actividad turística elimina el mito de que el turismo, por sí mismo, contribuye fuertemente en la creación de empleos remunerados que incremen-

ten la renta de las familias locales disminuyendo así la pobreza y marginación de las comunidades receptoras.

En Acapulco, la baja en el empleo remunerado y en el volumen de las remuneraciones totales en un periodo de cinco años (2009-2014) ha ocasionado un continuo empobrecimiento de la población, confirmado por el CONEVAL.

B) Gasto por consumo de bienes y servicios. Este indicador de las empresas turísticas en Acapulco aumenta, de 2009 a 2014, en mayor proporción que el aumento en el total de ingresos. Es decir, las empresas están gastando cada vez más en los bienes y servicios necesarios para su operación sin poder reflejar el aumento de costos en sus precios. Esta deducción fue confirmada por las encuestas aplicadas, donde los gerentes o propietarios de las empresas turísticas, especialmente de hoteles, señalaron que se habían visto en la necesidad de bajar precios a fin de competir y permanecer en el mercado.

C) El ingreso total de la venta de bienes y servicios de las unidades económicas turísticas se distribuye de forma desigual. Resalta la participación mayoritaria del gasto que se invierte en la compra de bienes y servicios (insumos) para la operación de las empresas turísticas y la cada vez menor participación de las remuneraciones.

D) Consumo intermedio. Como resultado del aumento en el gasto en la compra de bienes y servicios el consumo intermedio aumenta. Además, las empresas turísticas en Acapulco, en su gran mayoría son medianas, pequeñas y micro; por tanto, se abastecen en mayor proporción de otras unidades económicas locales.

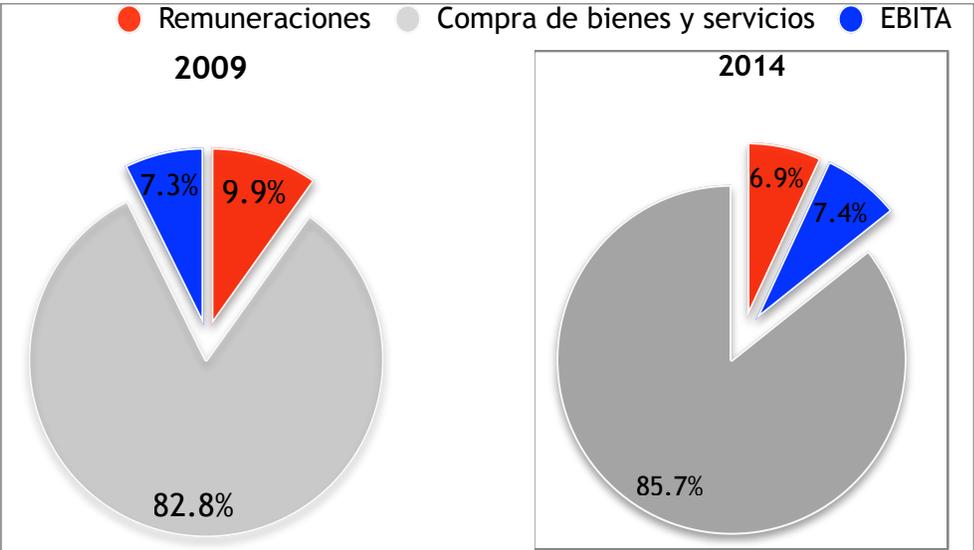
E) Inversión. Este dato resalta a primera vista con un crecimiento mayúsculo de 134% de 2009 a 2014. Un análisis más a detalle refleja que tal variación se debe en un 80% a las ramas de la economía 4611, 4612 y 4621 dedica-

das al comercio al menudeo, muchas de estas tiendas de autoservicio se establecieron con el fin de proveer a los usuarios de los desarrollos inmobiliarios de segundas residencias. La hotelería sólo contribuyó con un 10% y los negocios dedicados a la preparación y venta de alimentos un 7%.

F) Formación bruta de capital (FBK). Este indicador comparte su crecimiento en forma más equitativa, las ramas concernientes al comercio contribuyen con un 43%, la hotelería con un 30% y las unidades dedicadas a la preparación de alimentos y bebidas con un 17%, el resto se reparte en las otras ramas económicas.

En la actualidad, a pesar de contar con un mayor número de llegadas de turistas, en comparación con los inicios de la década de los 80, los resultados en turistas noche son menores. Como consecuencia de la baja estadía, existen mayores costos de operación para las empresas turísticas, sobretudo en hoteles. Donde, la proporción del ingreso que se gasta en la compra de bienes y servicios (insumos) es elevada, en comparación a otros conceptos como las remuneraciones al personal. La figura 4.3 muestra la distribución del gasto en las unidades económicas turísticas 2009 y 2014.

Figura 4.3 Distribución del ingreso en las unidades económicas turísticas (2009 y 2014).



Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos de INEGI (2009 y 2014)

En la figura 4.3 se aprecia como las remuneraciones al personal han disminuido 3%, han sido sacrificadas con la finalidad de mantener precios bajos para los turistas y los niveles de rentabilidad para las empresas.

Siguiendo el principio de la navaja de Ockham (en igualdad de condiciones, la explicación más sencilla suele ser la más probable), se deduce que la alternativa seguida por las empresas turísticas para aumentar el EBITA (*Earnings before interest, taxes and amortization*) fue disminuir las remuneraciones del personal, ya que los precios en los insumos no son una variable dependiente de las empresas turísticas.

Los establecimientos turísticos en operación son en su mayoría propiedad de locales, para quienes resulta más conveniente seguir operando sus empresas que incurrir en mayores pérdidas al abandonarlos. La disminución en el margen de utilidad es la causa principal de la salida de cadenas internacionales del puerto, sumado a las limitantes de conectividad y la percepción de inseguridad (Informe de Grupo Posadas, 2014 e Informe Anual Hoteles City Express, 2014).

Asimismo, la baja en los precios lamentablemente se ha traducido en una pérdida de competitividad del destino, un deterioro de la infraestructura y del servicio en general.

4.2 Impacto del Gasto turístico en Acapulco

Una vez realizados los ajustes en la información estadística de los Censos Económicos se obtiene el cuadro 4.2 que muestran el volumen de las remuneraciones, el gasto destinado a la compra de bienes y servicios comprados localmente, el consumo turístico y el EBITA para los años 2009 y 2014. Los primeros tres datos son los que componen el Multiplicador de las ventas Tipo I y el Tipo II.

Cuadro 4.2 Multiplicador de las ventas Tipo I y Tipo II (2009 y 2014).

Año	Remuneraciones	Gasto por consumo de bienes y servicios	Consumo turístico	EBITA	Multiplicador de las ventas Tipo I	Multiplicador de las ventas Tipo II
	(miles de pesos)					
2009	1,041,363	8,751,953	10,564,651	771,334	1.51	1.81
2014	913,918	10,647,620	12,419,814	858,277	1.69	1.93
	-12.24%	21.66%	17.56%	11.27%		

Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos de INEGI (2009 y 2014)

Un multiplicador tipo I de 1.51 se interpreta de la siguiente manera: por cada peso que un turista gastó en la compra de bienes y servicios durante su estancia en el destino, 51 centavos fueron gastados a su vez en la compra de insumos a las empresas locales. Por su parte, el multiplicador tipo II incluye el efecto que el gasto turístico tiene en la renta de los hogares al incluir las remuneraciones pagadas por las empresas turísticas.

Los multiplicadores de las ventas siempre serán más elevados (casi 1 punto) que los modelos de multiplicadores la renta, debido a su metodología y a que los primeros incluyen los efectos indirectos e inducidos del gasto turístico. Un ejemplo de ello es señalado por Archer (1990) en las Bahamas donde el multiplicador de las ventas es igual a 2.25, mientras que el multiplicador de la renta es de sólo 0.88.

Figuerola (2015) señala que el multiplicador del turismo para España es de 1.68. Cabe señalar, que tal multiplicador es obtenido mediante el modelo Input-Output, que por su naturaleza es siempre menor al multiplicador keynesiano de las ventas desarrollado en la presente investigación. Por tanto, el

multiplicador de las ventas en España es superior a 1.68 (entrevista con Figueroa, 2015) lo que evidencia el campo de oportunidad en Acapulco para aumentar el multiplicador mediante el fortalecimiento de cadenas de productivas.

Una vez obtenidos los multiplicadores de las ventas es posible determinar el impacto económico del turismo en el destino Acapulco:

$$\text{Impacto Económico del turismo} = \text{Turistas} \times \text{Gasto promedio} \times \text{Multiplicador}$$

Styne (1998)

En seguimiento a la fórmula aplicada por Styne (1998) y Aguirre (2009), el impacto económico del turismo en los años 2009 y 2014 es el que se observa en el cuadro 4.3.

Cuadro 4.3 Efecto directo e indirecto del turismo en Acapulco (2009 y 2014).

Concepto	Afluencia turística	Derrama económica	Gasto promedio	Efecto Directo	Efecto Indirecto
Año	Turistas noche	Pesos	Pesos	Pesos	Pesos
2009	5,278,890	27,342,667,036	970	7,731,990,183	9,268,147,173
2014	6,416,828	28,673,700,000	950	10,302,217,354	11,765,254,138

Fuente: Elaboración propia con datos de Sector y los Censos Económicos de INEGI (2009 y 2014)

De acuerdo a las cifras oficiales de Secretaría de Fomento Turístico en el Estado de Guerrero, la derrama económica producida por la actividad turística, en Acapulco, en el año 2009 fue de \$27,342,667,036. Para el año 2014 la cifra creció un 4.87%, con una derrama de \$28,673,700,000 (Observatorio Turístico, UAGro-CIETAL, 2014). Sin embargo, ¿cómo es posible explicar tal

derrama económica si el gasto promedio por turista ha disminuido un 2% y la ocupación hotelera ha caído casi diez puntos porcentuales? (Cuadro 2.4) Tales resultados son evidentemente dudosos.

La diferencia entre el impacto económico del turismo determinado a partir de la metodología del multiplicador de las ventas y los datos de la derrama económica publicitados por las autoridades es amplia. Los resultados del cuadro 3.5 lo evidencian. En el año 2009, la derrama señalada por las autoridades es 353% mayor que el efecto directo del turismo. En 2014 la diferencia disminuye, sin dejar de ser dramática, siendo de 278%. Lo anterior, deje a la vista la carencia de una metodología institucional válida para determinar el impacto de la actividad turística en el destino Acapulco. Los efectos del turismo merecen un análisis profundo, con datos válidos y científicamente obtenidos a fin de evaluar los impactos reales de la actividad e incidir en la formulación de políticas públicas adecuadas.

Pero, ¿qué tanto afecta la actividad turística a la actividad económica en su conjunto? El cuadro 4.4 muestra algunos indicadores de la actividad económica en Acapulco, señalando también la tasa de crecimiento de 2009 a 2014 y el porcentaje de participación de las ramas turísticas en la economía en su conjunto.

Cuadro 4.4 Principales indicadores de la actividad económica en Acapulco (2009 y 2014).

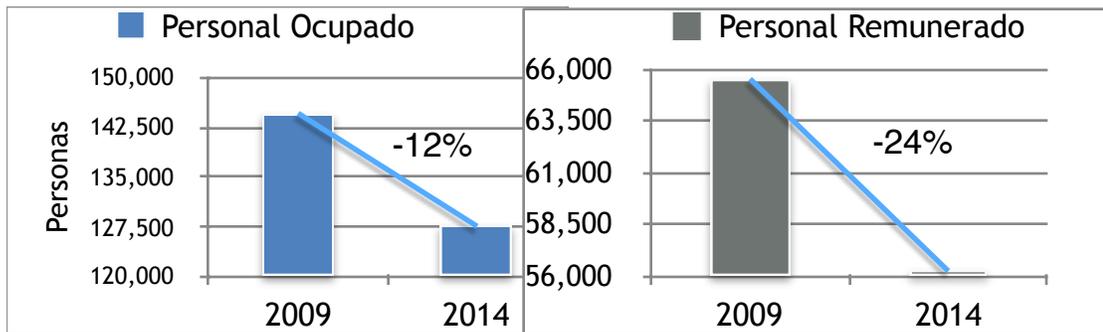
Indicadores	Desempeño en el total de las ramas de la economía en Acapulco de Juárez			Participación directa del turismo		
	Año	2009	2014	Variación	2009	2014
Personal ocupado total		144,661	127,586	-11.80%	28	38
Total de remuneraciones (miles de pesos)		5,325,598	4,028,072	-24.36%	20	23

Indicadores	Desempeño en el total de las ramas de la economía en Acapulco de Juárez			Participación directa del turismo	
	2009	2014	%	2009	2014
Total de gastos por consumo de bienes y servicios (miles de pesos)	48,118,319	42,397,860	-11.89%	24	33
Total de ingresos por suministro de bienes y servicios (miles de pesos)	62,517,246	54,997,631	-12.03%	24	32
Consumo intermedio (miles de pesos)	16,367,464	14,247,605	-12.95%	23	37
Inversión total (miles de pesos)	1,668,914	1,469,492	-11.95%	21	56
Formación bruta de capital fijo (miles de pesos)	1,347,565	815,878	-39.46%	21	37
Fuente: Elaboración propia con datos de los censos Económicos de INEGI (2009 y 2014)					

Como se observa en el cuadro 4.4, el comportamiento del total de las unidades económicas del Puerto de Acapulco no ha sido positivo, ha habido un descenso importante en la actividad económica, mucho más acentuado que la baja sufrida por las empresas turísticas. Se deduce, por tanto, que la actividad turística tiene un efecto en cascada en el resto de la economía en Acapulco. Es decir, si las empresas turísticas tienen un bajo desempeño, la economía en su conjunto sufrirá una caída en mayor magnitud.

En cuanto al empleo, a diferencia de los resultados de las empresas turísticas, en el resto de la actividad económica, el personal ocupado desciende casi 12%. Sin embargo, las remuneraciones caen el doble, como se muestra en la figura 4.4.

Figura 4.4 Personal ocupado y personal remunerado (2009 y 2014).



Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos de INEGI (2009 y 2014).

El resto de los indicadores, gasto e ingreso por consumo de bienes y servicios, consumo intermedio e inversión, descienden en promedio 12%. La caída mayor, se presenta en la formación bruta de capital fijo, que refleja el continuo proceso de falta de inversión y depreciación de la infraestructura presente en Acapulco.

4.3 Comparativo entre Acapulco y Cancún

Con la intención de poner en perspectiva los resultados estadísticos de Acapulco, resulta útil compararlos con Cancún, sin que ello cambie la naturaleza de la investigación a un estudio comparativo.

Cancún cuenta con características similares a Acapulco en cuanto al número de habitantes y arribo de turistas. Ambas ciudades son el motor económico de las entidades federativas a las cuales pertenecen.

Actualmente, Cancún, como Acapulco hace algunas décadas, cuenta con reconocimiento mundial en materia turística. En materia económica, la realidad contrasta fuertemente en ambos destinos, como se observa en el cuadro 4.5, que muestra los principales indicadores del sector servicios (se considera el sector servicios por agrupar en él a la mayoría de las empresas relacionadas

directamente al turismo) en los municipios de Acapulco de Juárez y Benito Juárez, cuyas cabeceras municipales con Acapulco (ciudad) y Cancún.

Cuadro 4.5 Comparativo entre Acapulco y Cancún, sector servicios (2014).

Indicadores	Acapulco	Cancún
Unidades económicas	12,740	10,300
Personal ocupado total	57,997	107,808
Personal ocupado por unidad económica	5	10
Total de remuneraciones (miles de pesos)	1,790,850	4,557,177
Remuneraciones por persona (miles de pesos)	61	88
Producción Bruta Total (miles de pesos)	10,565,159	36,907,186
Producción Bruta Total por unidad económica (miles de pesos)	829	3,583
Activos fijos (miles de pesos)	11,383,469	34,474,831
Fuente:Elaboración propia a partir de la calculadora censal, INEGI, 2014		

A pesar de que el municipio de Acapulco cuenta con un mayor número de unidades económicas en el sector servicios (23.7% más), éstas son de menor tamaño, sólo contratan en promedio a 5 personas. En Cancún, por el contrario, el personal ocupado por unidad económica es del doble. Esta superioridad se comprueba al comparar el personal ocupado total en Cancún es 86% mayor que el similar en Acapulco.

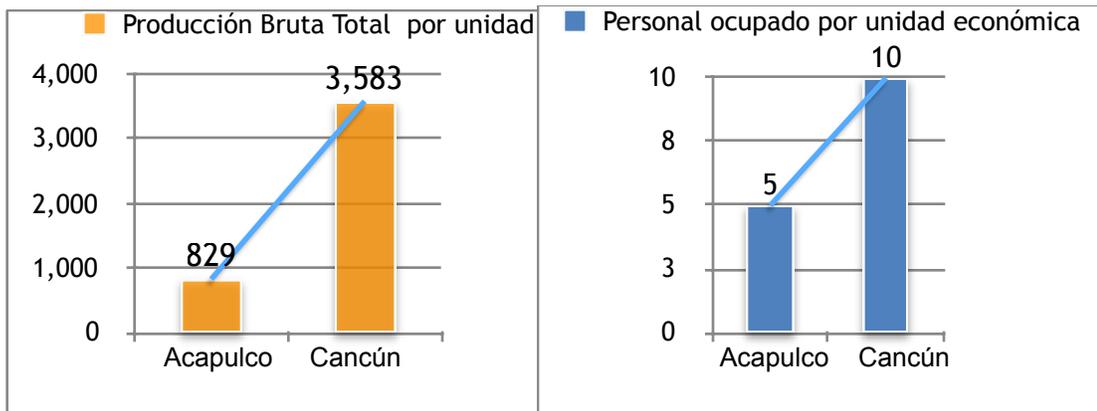
En cuanto a las remuneraciones totales, en Cancún son 2.54 veces más que en Acapulco y en promedio por persona son 1.46 mayores. Ésto explica el éxodo de trabajadores, principalmente de la actividad hotelera y restaurantera, de Acapulco a Cancún. Acapulco no es capaz de retener al personal ca-

pacitado, que busca mayores oportunidades de desarrollo en otros destinos turísticos.

La cifra que más resalta es la producción bruta total. La producción de las empresas en Cancún es 3.5 veces lo generado en por las empresas en Acapulco. La mayor diferencia está en el promedio producido por empresa, la diferencia es de 4.3 veces. La inversión en activos fijos es en Cancún 3 veces mayor que en Acapulco.

La figura 4.5 muestra gráficamente las diferencias entre las unidades económicas en Cancún y las establecidas en Acapulco.

Figura 4.5 Comparativo entre de las empresas del sector servicios de Acapulco y Cancún (2014).



Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos de INEGI (2009 y 2014)

Por tanto, las cifras anteriores nos presentan una fotografía de la situación de las empresas en Acapulco:

- Son más pequeñas.
- Tienen mucho menor productividad.
- Contratan a un menor número de personas.
- Pagan sueldos más bajos que en otros destinos turísticos.
- Tienen una escasa inversión en activos fijos.

Tales condiciones prevalecientes en la estructura empresarial acapulqueña son causa y efecto del empobrecimiento del destino. Actualmente, se culpa al factor de inseguridad de la situación que se vive en el puerto; sin embargo, las condiciones señaladas no son recientes, el débil dinamismo en el sector empresarial, tampoco.

La baja productividad de las empresas en Acapulco, así como la escasa inversión en activos fijos son factores que determinan el éxito o fracaso de un destino o actividad económica.

4.4 Retos

Por la decadencia de la infraestructura turística y las cifras de desarrollo social, se tiene la percepción de que Acapulco es un destino turístico en declive, como lo evidencia la baja ocupación hotelera (38% anual en el 2014), la salida de las cadenas hoteleras internacionales y la casi nula inversión. Al respecto, bien valdría la pena la realización de futuras investigaciones analizando la realidad del destino y con base los estudios publicados por la Comunidad Europea (2002), donde se describen varios signos de declive:

- A. La disminución de los elementos que definían la calidad del destino turístico,
- B. El descenso del éxito del destino turístico en términos competitivos (cuota de mercado).
- C. Las dificultades a la hora de garantizar un turismo sostenible y la reducción del gasto turístico medio.

Según la OMT (2015), el turismo mundial no puede ser visto sin una perspectiva de sustentabilidad y con una fuerte tendencia hacia la exaltación de la cultura. Por tanto, enfrenta los siguientes retos:

- Promover encadenamientos fuertes entre el turismo, las culturas y las industrias creativas, a través de alentar y facilitar nuevas formas de turismo

cultural. Por ejemplo, mediante museos y parques que destaquen el legado cultural e histórico de las regiones.

- Fomentar la contribución del turismo cultural al desarrollo urbano local, mediante el apoyo a empresas nativas con responsabilidad social.

En Acapulco, a pesar de su indudable potencial, la actividad turística tiene una serie de problemas, entre ellos:

- Acceso limitado o nulo a la financiación.
- Falta de innovación y diversificación.
- Aumento de la competencia en todo el mundo.
- Volatilidad de la demanda y la estacionalidad.
- Falta de suficientes competencias y cualificaciones.

Además, el surgimiento de nuevos modelos de negocios, redes sociales y consumidores cada vez más informados y empoderados ha generado cambios en el mercado mundial. Se han creado nuevos retos para los destinos turísticos. Como respuesta, la gestión de cada destino necesita reevaluar las estructuras existentes y las estrategias de mercado, si se quiere adaptarse a las nuevas tendencias del mercado global (Reporte Anual, OMT 2015)

La estrategia propuesta tiene por objeto ayudar al sector a superar esos problemas y a crear un entorno que permita atraer las inversiones necesarias. Además, contribuir en la organización e implementación de modelos sostenibles que permitan elevar la competitividad de éste, permitiéndole preservar el patrimonio natural y cultural, así como cosechar beneficios económicos que incrementen el bienestar de la población (Comunidades Europeas, 2014)

La propuesta de solución para elevar el impacto económico del gasto turístico en el destino Acapulco se resume en las siguientes acciones:

- Invertir en el rediseño y diversidad del producto turístico, así como en la infraestructura necesaria que permita elevar los precios de los servicios

turísticos, aumentar el gasto medio por turista y, consecuentemente, subir el rendimiento de la inversión.

- Invertir en la formación de recursos humanos altamente eficientes a fin de incrementar la remuneración promedio del personal.
- Fortalecer los encadenamientos productivos (linkages). a través de producir dentro de la entidad federativa los insumos que los hoteles, restaurantes y demás establecimientos turísticos demandan. Por ejemplo: blancos, cristalería, muebles, amenidades, alimentos frescos y procesados (carne, mariscos, etc.), servicios de mantenimiento, servicios legales, entre otros.
- Promover estrategias de prevención de residuos, gestión y desechos para apoyar el turismo sustentable.
- Realizar estudios específicos para la estadía y el gasto promedio del turista.
- Designación de un coordinador que garantice la gestión de la calidad de los servicios prestados
- Los proveedores de servicios turísticos deben seguir y respetar un plan documentado de limpieza y mantenimiento de las instalaciones turísticas.
- Los proveedores de servicios turísticos deben poner a disposición de los consumidores información sobre las costumbres locales, el patrimonio, las tradiciones, los servicios y los productos locales, así sobre aspectos relativos a la sustentabilidad.

Asimismo, es importante señalar que, además del capital humano, el turismo es intensivo en capital natural y patrimonial, ya que son la clave para el desarrollo de la actividad. El turismo es una actividad donde el concepto de sustentabilidad es fundamental para lograr su objetivo de disminuir los niveles de marginación en los destinos y favorecer el desarrollo. Sin embargo, la permanencia de prácticas poco sustentables es parte de la cotidianidad en los destinos turísticos. Por motivos de competitividad, de nada vale tener las mejores infraestructuras, los mejores equipamientos e instalaciones o el per-

sonal más cualificado, si el entorno medioambiental donde se desarrolla la actividad turística y uno de los principales condicionantes de la misma (patrimonio natural, paisajístico, calidad del agua, calidad del aire, etc.) no está en buenas u óptimas condiciones.

Para el desarrollo de un modelo de sustentabilidad (social, ambiental y económica) basado en el turismo es indispensable conocer:

- Impacto económico a través de encadenamientos y fugas de la actividad turística
- Mercados y tendencias
- Impacto ambiental (cambio climático) y medidas de mitigación

Todo ello a fin de generar un producto turístico innovador que permita fijar precios y no ser tomador de ellos. De acuerdo a Almeida, en la fijación de precios se debe tener en cuenta no sólo la estructura de costes y los precios ofrecidos por la competencia, sino también cómo éstos son percibidos por el turista y la imagen de marca que transmiten (Almeida, 2009).

En la parte económica, los factores económicos influyentes en turismo pueden clasificarse en: independientes o exógenos (crecimiento de la economía, tipo de cambio, etc.) y los dependientes o endógenos (dotación de infraestructura turística, presupuesto público turístico, política de crédito turístico y variaciones en precios turísticos locales). Estos últimos se convierten en el campo de acción y responsabilidad de las políticas públicas locales.

Se trata de ampliar y reforzar la cadena de valor local o en otros términos, se produzca in situ en el destino turístico. Ello supondría, por una parte un estímulo fundamental para la economía local que habría la oportunidad de cubrir dicha demanda, diversificando y ampliando sus horizontes productivos, y por otra cerrar en medida de lo posible la salida de valor añadido que suponen las importaciones necesarias para la satisfacción del consumo turístico.

En Acapulco no se observa el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas que más de ochenta años de actividad turística deberían de reflejar. Por tanto, es necesario centrarse en determinar qué es lo que ha faltado. Al respecto, Figuerola es muy claro en esto y precisa que:

“el impulso otorgado por el sector público al turismo debe ser de carácter: a) permanente (impulso a la promoción , financiamiento, planeación y gestión del destino) y b)equilibrado (el impulso turístico sobre el municipio debe ser armónico facilitando la creación de economías a escala y la diversidad de ramas productivas). Ambos factores se han dejado en el olvido al momento de realizar la gestión del destino, peor aún, se puede decir por quienes estudian el comportamiento turístico del puerto que la gestión es nula, o completamente inoperante.” (Figuerola, 2001)

La complejidad de la actividad turística merece un análisis profundo y científico de sus efectos sociales, económicos y ambientales. El sector público frecuentemente recurre al discurso de apoyar a la actividad turística a fin de impulsar el desarrollo y bienestar de la población de las comunidades. Sin embargo, esto no necesariamente se cumple, sobretodo, si se analiza la situación actual del destino Acapulco, donde el sector público debe tener en cuenta que el abandono de la responsabilidad en apoyar la difusión, educación, inversión y ordenamiento del sector turístico conduce a la anarquía en el crecimiento, al desaprovechamiento de recursos turísticos prioritarios, al descenso de los rendimientos sociales e incluso económicos.

Para aumentar la rentabilidad de las empresas turísticas y elevar los salarios en Acapulco es necesario considerar que en un segmento de mercado altamente competido como “sol y playa” , la prestación de servicios de hospedaría debe orientarse hacia la prestación de un servicio integral y específico a cada cliente poseyendo unas instalaciones con un alto contenido tecnológico

y ecológico, contando con unos empleados dotados de unas competencias, ya sean específicas o transversales, que les permitan dar una atención profesional y personalizada a sus clientes optimizando los recursos que posea. Por tanto, la modernización de las instalaciones y la capacitación del personal es un requisito insustituible e inaplazable para el reposicionamiento del destino en su conjunto, un posible incremento en precios y, consecuentemente un aumento en cantidad y calidad del empleo y eslabonamientos de cadenas productivas.

Conclusiones

La relación gasto turístico sobre las cadenas de valor señala el impacto económico sobre la localidad, esta es una medida de bienestar e indica cuanto del gasto en el destino turístico se refleja en empleos y bienes para el destino. Esta conclusión se obtuvo a través de la metodología del multiplicador de las ventas de Styne (1997).

El impacto económico del gasto turístico en el destino Acapulco en el periodo 2009 fue de 1.51, como multiplicador tipo I de las ventas (solo se toma la relación con proveedores) y 1.81, como multiplicador tipo II (incluyen el pago de remuneraciones al personal). En otras palabras, por cada 100 pesos gastados por un turista en Acapulco se realizaron operaciones de venta de bienes y servicios por 151 pesos y de 181 si se incluyen salarios en el 2009. En el 2014 los multiplicadores directo e indirecto de las ventas fueron 1.69 y 1.93, respectivamente. Lo que significa que por cada 100 pesos gastados por un turista en Acapulco se realizaron operaciones de venta de bienes y servicios por 151 pesos y de 181 si se incluyen salarios en el 2009. El impacto económico en el destino se incrementó a 169 pesos en bienes y servicios y 193 pesos incluyendo salarios por cada 100 pesos de gasto por un turista en 2014.

Con el conocimiento del impacto económico del gasto turístico se define la rentabilidad social y económica de la actividad en el destino. Es posible discriminar la eficacia y eficiencia de medidas encaminadas a atraer el mayor número de turistas, sobre otras orientadas a aumentar el valor agregado del destino o la vinculación de cadenas de valor locales. Su impacto para la generación de políticas públicas. El gasto y su impacto a la economía local través de cadenas productivas y generación de empleos de calidad.

Las condiciones climatológicas, sociales y geográficas prevalecientes en el estado de Guerrero otorgan a sus costas una ventaja competitiva para el desarrollo del turismo sobre otras actividades económicas.

El turismo es, en Acapulco, la actividad económica ancla; cualquier movimiento, positivo o negativo, en esta actividad produce efectos directos y variaciones de mayor magnitud en el resto de los sectores productivos en el destino, que por la importancia de Acapulco, su alcance repercute en todo el estado de Guerrero.

El modelo turístico actual no es sustentable en sus tres vertientes:

- A. Económico: fomenta el empobrecimiento de la población.
- B. Social: la desigualdad y pobreza generan descontento.
- C. Ambiental: el uso irracional de los recursos naturales compromete el disfrute de ello para las generaciones futuras.

El aumento de la pobreza en Acapulco es sistémico, producto de los mecanismos y procesos internos del modelo turístico implementado. El turismo debe ser un medio para el desarrollo de la región, no un fin per se. Por tanto, atraer al mayor número de turistas no debería ser el objetivo de una política pública; el objetivo correcto es generar un modelo turístico sustentable que permita que la comunidad local se sirva de él para vivir mejor y generar bienestar para la población.

Sin la dotación de servicios orientados a dotar de capacidades a la población local no es posible alcanzar una mejoría en el bienestar de la población que les permita ser participes plenos en el proceso de desarrollo. Es un hecho que **sólo mediante una planificación efectiva que involucre a todos los actores de la actividad turística y los recursos necesarios para el desarrollo de la infraestructura necesaria, el turismo en Acapulco tendrán una demanda sostenida y mejor participación de mercado.**

Referencias bibliográficas

- Acerenza, M. (1994). *Administración del Turismo*. D.F., México: Ed. Trillas.
- Aguirre, J. (2008). Midiendo el impacto económico del gasto turístico de los visitantes a los parques nacionales de Costa Rica. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(1), 11-26.
- Antón, J.M.R. y Alonso, M. M. (2009). *Nuevas Tendencias y Retos en el Sector Turismo: un enfoque multidisciplinario*. Madrid, España: Publicaciones Delta.
- Archer, B. H. (1995). Importance of Tourism for the Economy of Bermuda. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 918-930.
- Archer, B.H. (1989). Tourism in Island Economies. En C. Cooper (Ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management* (28-47). London: Belhaven Press.
- Archer, B. H., y Cooper, C. (1994). The Positive and Negative Impacts of Tourism. *Tourism Management*, 3(2).
- Archer, B. y Fletcher, J. (1990). Multiplier Analysis in Tourism; *Cahiers du Tourisme* C103, Centre des Hautes Etudes Touristiques, Aix-en-Provence.
- Archer, B. y Owen, C. (1971). Towards a Tourist Regional Multiplier. *Regional Studies*, 5, 289-294.
- Banco Mundial, glosario de términos. Recuperado de: <http://datos.bancomundial.org/indicador/NE.GDI.TOTL>.
- Bergeret, R. J. (2005). *Évolution du Modèle Touristique d'Ácapulco (Mexique de 1945 a 2005) et la Mutation en cours* (Tesis Doctoral). Paris, Fr.
- Bringas, N. (1999). Políticas de Desarrollo Turístico en Dos Zonas Costeras del Pacífico Mexicano. *Región y Sociedad*, 11(17).

- Bullón, R. (2004). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Ed. Trillas.
- Bote, V. (1990). *Planificación Económica del Turismo*. México: Editorial Trillas.
- Bull, A. (1994). *La Economía del Sector Turístico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Calderón, F. (2005). *Distrito Turístico Rural, un Modelo teórico desde la Perspectiva de la Oferta. Especial Referencia al Caso Andaluz* (Tesis Doctoral). Universidad de Málaga.
- Cambridge Business English Dictionary © Cambridge University Press. Recuperado de: <http://dictionary.cambridge.org/>
- Comunidades Europeas (2014). Medidas para mejorar el Turismo de Mar y Playa, Apoyar a las Empresas y Crear Puestos de Trabajo. Recuperado de: http://ec.europa.eu/spain/actualidad-y-prensa/noticias/cultura/turismo-costa_esxml_es.htm
- Comunidades Europeas (2002). Sistema de alerta rápida para la detección de destinos turísticos en declive y de sus mejores prácticas de prevención. Recuperado de: http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/index_en.htm
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. <http://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Medici%C3%B3n/Informacion-por-Municipio.aspx>
- Cooper, C., Sherperd, R. A. y Westlake, J. (1996). *Educating the Educators in Tourism: A Manual of Tourism and Hospitality Education* (Tourism Education and Training Series) (Tourism Education and Training Series). World Tourism Organization Pubns.
- Cuadrado. R y Arranz, A. (1996b). Los Impactos Económicos del Turismo desde la Perspectiva del Análisis Input-Output. En Pedreño Muñoz, A. y Monfort Mir, V. M., *Introducción a la economía del turismo en España*. Madrid. Editorial Civitas.

(Datatur, 2014) Gasto de turistas

De Oliveira, G. (2007). Modelos Teóricos Aplicados al Turismo. Estudios y Perspectivas en Turismo. vol.16, núm 1.

De Rus G. y Carmelo, L. (1997). Economía del Turismo. Un Panorama. Revista de Economía Aplicada. Número 15 (vol v).

Escudero, F. (1997). *Origen y Evolución del Turismo en Acapulco*. Universidad Americana de Acapulco.

Esteve Secall, R. (1991). Un nuevo modelo turístico para España. *Textos Mínimos*. Universidad de Málaga. Es.

Ferri J. y Ezequiel, U. (1981) Evaluación del Impacto Económico del Turismo: de un Modelo Keynesiano a un Modelo Clásico. Universitat de València Tourism Multipliers Explained. November 1981. Published in Conjunction with the World Tourism Organization.

Figuerola, M. (1979). *Economía Turística*. Madrid, España.

Figuerola, M. (1985). *Teoría económica del Turismo*. Madrid, España: Alianza Editorial.

Figuerola, M. (1999). *Introducción al Estudio Económico del Turismo*. Madrid, España: Civitas Ediciones, S.L.,

Figuerola, M. (1990). *Teoría Económica Del Turismo (2ª Ed.)* Madrid, España: Alianza Editorial.

Frechtling, D. (2009). Measurement And Analysis Of Tourism Economic Contributions For Sub-National Regions Through The Tourism Satellite Account. *Enzo Paci Papers on Measuring the Economic Significance of Tourism*, (6).

Frechtling, D. (2006). An Assessment of Visitor Expenditure Methods and Models. *Journal of Travel Research*, (20).

- Frechtling, D. (1994a). Assessing the Impacts of Travel and Tourism. Measuring Economic Benefits. *Travel, Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers* (2nd ed.) 367–391.
- Frechtling, D. (1994b). Tourism Economic Impact Models. *In Tourism Marketing and Management Handbook*, (2nd ed.) edited by Stephen F. Witt and Luiz Moutinho. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, pp. 488–496.
- Grupo Hotelero Santa Fé: Recuperado de: <http://www.gsf-hotels.com/investors/images/HOTEL-4T14-Espanol.pdf>
- Grupo Posadas. Recuperado de: http://cms.posadas.com/posadas/Brands/Posadas/Region/Mexico/Hotels/Finanzas/Catalogs/Media/Informe_Anual/Reporte_Anual/Espanol/Reporte_Anual_2014.pdf
- Halaby, D., Oyakawa, J, Shayne, C., Quiroz J and Todorovic, G (2011). *Economic Impact of the San Antonio Missions, National Historic Parks*. University of Texas at San Antonio Institute for Economic Development's Center for Community and Business Research (CCBR).
- Hernández R. (2004). Impacto Económico del Turismo. El Papel de las Importaciones como Fugas del Modelo. *Sector Exterior Español*, 817.
- Hodgson, G. (2007). *The Evolution of Economic Institutions: A Critical Reader*. European Association for Evolutionary Political Economy.
- Horwath Castillo y Miranda (2010). *Se reduce la inversión en sector turismo*. www.horwath.com
- Hoteles City Express. Recuperado de: https://www.cityexpress.com/media/1130/1t14_reporte_hcity.pdf
- Ibáñez, J. y Ball, F., (2002). *El Multiplicador del Turismo* P.I. n° 436 Universidad Nacional de la Patagonia, Sa Juan Bosco. Ar.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Censos Económicos 2009 y 2014.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Censo de Población y Vivienda (2010)

Instituto Nacional de Estadística, España. El impacto económico del turismo (2002). Cuenta Satélite del Turismo.

Laguna, C. (2003). *El Modelo Insumo-Producto: Aplicación Básica y Extensiones*. Recuperado de [Http://Www.Eumed.Net/Cursecon/10/10-A.Htm](http://Www.Eumed.Net/Cursecon/10/10-A.Htm).

Martínez, F., Pereira X., Pawlowska, E. (2013) El Turismo Académico en Galicia: otra forma de Contribución de las Universidades a las Economías Locales. *Cuadernos de Turismo*, 32. Universidad de Murcia.

Milne, S. (1987). Differential Multipliers. *Annals of Tourism Research*, 14(4), pp. 499-515.

Moncada, P. (2015). El Carácter Sistémico del Turismo y la Eficiencia de su medición, por medio del análisis "Input Output" frente a la cuenta satélite. (Tesis Doctoral no publicada). Universidad Antonio de Nebrija, Madrid, España.

Organización Mundial del Turismo. *UNOMT Reporte Anual 2015*. Recuperado de: <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2015>

Organización Mundial del Turismo. *UNOMT Reporte Anual 2014*. Recuperado de: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf

Organización Mundial del Turismo. *UNOMT Reporte Anual 2013*. Recuperado de: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2013_0.pdf

Organización Mundial de Turismo (1999). Introducción al Turismo.

Panosso, N. y Lohmann G. (2012). Teoría del Turismo, Conceptos, Modelos y Sistemas. México. Ed. Trillas.

- Overseas Development Institute (2007). *Assessing How Tourism Revenues Reach the Poor*. Briefing Paper.
- Parkin, M. y Esquivel, G. (2006). *Introducción a la Economía*. México: Pearson Ed.
- Palazuelos, B. (2015). *La Nao de China*. México: Editorial Trillas.
- Palomo, S. (1998). La Aportación del Turismo al Desarrollo Económico de los Países en Vías de Desarrollo (PVD). *Estudios Turísticos*, 136.
- Plan Sectorial de Turismo (2013-2018) www.sectur.gob.mx/PDF/Planeacion-Turistica/Prosectur_2013_2018.pdf
- Perona, E. et al.(2013). Impacto económico y Social del Turismo en la Provincia de Córdoba. Una comparación con el caso de La Rioja. *Revista Oikonomos*, Año 3(1).
- Posner R. 2010 .Cómo me convertí en Keynesiano. Segundas reflexiones en medio de una crisis. *Revista de Economía Institucional*, 12(22).
- Pulido San Roman, A. (1976). Las Tablas Input-Output como Instrumento de Análisis del Marketing Turístico. *Estudios Turísticos*. pp. 133-139.
- Quecedo, R. y Castaño, C. (2002). Introducción a la Metodología de Investigación Cualitativa. *Revista de Psicodidáctica*, núm. 14, pp. 5-39.
- Rey y Graña, C. (1992). *Impacto del Turismo sobre el Empleo y el Desarrollo Regional: Análisis Econométrico de las Regiones Españolas 1980-1990*. Tesis Doctoral. Universidad de La Coruña.
- Rodríguez J. y Alonso Ma. M (2009). Nuevas Tendencias y Retos en el Sector Turístico:un enfoque multidisciplinar. *Publicaciones Delta, España.«UNTWO Tourism Highlights 2010 Edition»*. Organización Mundial del Turismo. 2010.

Secretaría de Turismo (Sectur). Encuesta Nacional del Gasto Turístico de los Hogares. Recuperado de http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/ENGATURH_2013.pd

Styne, D. (1997) *Economic Impacts of Tourism: A Handbook for Tourism Professionals*. Tourism Research Laboratory at the University of Illinois at Urbana-Champaign.

Sinclair, M. (1998). Tourism and Economy Development: a Survey. *Journal of Development Studies*, 34(5), pp1-51. Londres, In.

Valenzuela, E. & Coll-Hurtado, A. (2010). La construcción y evolución del espacio turístico de Acapulco (México). Instituto de Geografía, Universidad Autónoma de México. *Anales de Geografía 2010*, 30(1).

Vera R. F. y Baños C. Carlos (2010). Renovación y reconstrucción de los destinos turísticos consolidados en el litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* No. 53-2010

Mapa de google. Recuperado de: https://www.google.com.mx/search?q=m+a+p+a+d+e+Acapulco&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKE-wiVwb_uiJ7NAhXG5yYKHYPnBmwQsAQIHQ&biw=1239&bih=710#imgrc=3MBMBO-UBBB6QM%3A

Anexos

Encuesta:

Con el propósito de cuantificar los impactos económicos y sociales que el **turismo** genera en la región, la Universidad Autónoma de Guerrero, en su Posgrado de Turismo, se encuentra realizando un estudio sobre el efecto multiplicador del gasto turístico, por lo que resulta de vital importancia su colaboración para la consecución de dicho estudio.

Es preciso aclarar que la información brindada es confidencial y con fines de estudios académicos.

Los rubros a investigar son los siguientes:

Inversión+ Salarios (1-t)+ Ganancia + Compra de suministros + licencias e impuestos locales

Ventas totales

Generales

1.-El nombre de la zona donde se ubica el establecimiento es: ()

1) Tradicional 2) Dorada 3) Diamante

2.-El nombre de la calle donde se ubica el establecimiento es:

3.-La actividad o tipo de servicio de este establecimiento es:
()

1) Comercio, como farmacias, tiendas de souvenirs o minisúperes

2) Hotelería

3) Restaurantes

4) Agencias de viajes, operadoras turísticas

5) Otro: _____

4.-¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento su establecimiento?

()

1) menos de 1 año	2) De 1 a 5 años	3) más de 5 años
-------------------	------------------	------------------

5.-El principal cliente del establecimiento comercial es: Temporalida ()

1) Más del 50% turistas	2) Más del 50% locales	3) 50% turistas y 50% locales
-------------------------	------------------------	-------------------------------

Insumos

6.-Los tres principales bienes o servicios relacionados con esta actividad, según los ingresos son:

()

- 1)servicios de hospedaje
- 2)alimentos
- 3)venta de productos (farmacia, mini súper)
- 4)Venta de paseos, transportación, renta de automóviles
- 5)otros: _____

7.-En relación a su actividad económica, los tres principales insumos y suministros son:

1. _____

2. _____

3. _____

8. En el caso de existir, cual es la actividad económica complementaria o secundaria es: (por ejemplo, venta de prendas de vestir)

9.-¿Cuál es la participación porcentual de esta actividad en los ingresos del establecimiento? ()

10.-¿Qué porcentaje de las ventas totales invierte usted en la compra de insumos y suministros? ()

11.-De los insumos necesarios para el desempeño de su actividad económica, dónde los adquiere:

Procedencia	1)Del 0 al 25%	2)Del 26 al 50%	3)del 51 al 75%	4)del 76 al 100%
10.1 Localmente				
10.2 De alguna región del estado				
10.3 Fuera del estado				
10.4 Fuera del país				

12.-¿Qué porcentaje de la utilidad obtenida mensualmente se paga de impuestos? ()

13.-Como porcentaje de su utilidad ¿cuánto paga anualmente por motivo de licencias, permisos u otros derechos locales?

Empleo

12.-Con la finalidad de conocer cuánto del gasto del turista se defina al pago de salarios, conteste en el recuadro siguiente, en caso de no realizar este tipo de pagos, marcar np (no se paga).

Temporada:	Baja	Media	Alta
12.1. Número de Trabajadores			
12.2 En relación a sus ventas totales, ¿cuánto paga de sueldos y salarios (%)Hacer escala			
12.3 ¿Cuánto pagó al IMSS, INFONAVIT, SAR y otros pagos por seguridad social?			
12.4 ¿Cuánto pagó por servicios otorgados a los trabajadores como otras prestaciones sociales? (bonos, préstamos, etc.)			

Ventas totales

13. A fin de determinar la participación de los rubros en los que se invierte la derrama turística es elemental conocer las ventas totales , la utilidad y la reinversión en las empresas turísticas. En el siguiente cuadro desglose el monto aproximado de ventas totales en cada una de las temporadas, así como el porcentaje de utilidad y de reinversión en la empresa.

	Temporada baja	Temporada intermedia	Temporada alta
13.1 Ventas Totales			
13.2 Utilidad (%)			
13.3 Re-inversión en la empresa (%)			

14.-¿Ha subido precios en los últimos 5 años? En caso positivo ¿Cuánto en porcentaje?

Sólo hoteles:

15.-¿Cuál es su ocupación promedio anual?

Se agradece su atención y tiempo destinado a la presente, reinterándole que la información aquí señalada es confidencial. Los resultados del estudio se darán a conocer de forma agregada y en porcentajes en un documento académico.