

# FACTORES CONDICIONANTES DE LA SOSTENIBILIDAD COMO UNA DIMENSIÓN ESTRATÉGICA DEL DESARROLLO TURÍSTICO MEXICANO

*Ismael M. Rodríguez Herrera\**  
Universidad Autónoma de Aguascalientes (México)

*Juan Ignacio Pulido Fernández\*\**  
Universidad de Jaén

## RESUMEN

A través del análisis *Delphi*, en este trabajo se identifican y analizan los principales condicionantes de la sostenibilidad del actual modelo de desarrollo turístico mexicano. La importancia de los resultados obtenidos radica en que la sostenibilidad se ha convertido en un factor clave en la capacidad de competir de cualquier destino turístico, y México presenta actualmente serios déficit en este aspecto, lo que, a su vez, puede constreñir la contribución del turismo al desarrollo económico del país. De ahí que conocer los factores que condicionan la sostenibilidad del turismo mexicano contribuya al diseño e implementación de estrategias para superar esta situación.

**Palabras clave:** turismo, desarrollo económico, sostenibilidad, competitividad, México.

**Determining factors of sustainability as a strategy dimension of mexican tourist development**

## ABSTRACT

This paper proposes the *Delphi* analysis to identify and analyze the key factors of sustainability in Mexico's present tourism-development model. The importance of the results

---

Fecha de recepción: 30 de junio de 2009

Fecha de aceptación: 14 de abril de 2010

(\*) Departamento de Turismo. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Av Universidad, nº 940. Ciudad Universitaria, ed. 32. C.P. 20131 AGUASCALIENTES (México). E-mail: imrodr@correo.uaa.mx

(\*\*) Departamento de Economía. Universidad de Jaén. Paraje de Las Lagunillas, s/n. 23071 JAÉN (España). E-mail: jpulido@ujaen.es

is due to the fact that sustainability has become a central aspect in the competitiveness of any tourism destination. In this sense, Mexico's current shortfalls may limit the role of tourism in the economic development of the country. So, the definition of the sustainability factors in Mexico leads to the design and implementation of strategies to overcome such situation.

**Keywords:** tourism, economic development, sustainability, competitiveness, Mexico.

## 1. INTRODUCCIÓN

La literatura económica reciente (Cooper et al., 2007; Dwyer y Forsyth, 2006; Lickorish y Jenkins, 2000; Vanhove, 2005) reconoce el papel del turismo como instrumento de desarrollo económico, tras décadas de ninguneo como consecuencia de su supuesta volatilidad y la consideración como bien de lujo del producto turístico. Hoy ha quedado más que demostrado que el turismo es una actividad económica con un tremendo potencial de arrastre de las economías en las que se desarrolla, básicamente gracias a su efecto multiplicador (Martín y Sáez, 2006; Tribe, 2005). De hecho, la actividad turística está presente en las estrategias de desarrollo de la mayoría de países, regiones o municipios, que ven en su implantación una gran oportunidad para la generación de empleo y la mejora de rentas de sus ciudadanos.

La experiencia demuestra, no obstante, que las afirmaciones anteriores no son ciertas en cualquier circunstancia, sino que deben darse las condiciones necesarias para el aprovechamiento de los efectos positivos del desarrollo turístico, minimizando los riesgos y amenazas inherentes también a este tipo de actividades (OMT, 2005). Y, entre estas condiciones necesarias, en las últimas décadas se ha hecho cada vez más evidente la necesidad de un desarrollo sostenible de la actividad turística. Hasta el punto de que los expertos (Cooper et al., 2007; Pulido, 2006) consideran la apuesta de los destinos turísticos por la sostenibilidad como un elemento clave para la mejora de su posicionamiento estratégico en los mercados —en los que cada vez existe una mayor competencia—, amén, por supuesto, de su importancia para la preservación de los recursos sobre cuyo uso se sustenta el propio proceso de desarrollo.

México, un país que tradicionalmente ha formado parte del ranking de principales destinos turísticos a nivel mundial, no es ajeno a este debate. En efecto, como se demostrará más adelante, el turismo es un importante motor de impulso del desarrollo nacional y, por otra parte, su desarrollo no ha respetado en todos los casos las reglas del juego, mostrando síntomas evidentes de insostenibilidad, que es necesario corregir si se pretende continuar en las posiciones de privilegio del ranking mundial.

En este contexto, la presente investigación se plantea como hipótesis de partida que, independientemente de las características propias de cada proyecto o desarrollo turístico (diferenciando ambos conceptos en base a la escala que presentan), existen ciertos factores que determinan y condicionan de manera importante el logro del desarrollo sostenible en

el turismo. En función de esta hipótesis, el objetivo de este trabajo es delimitar y analizar los factores determinantes para la consecución de la sostenibilidad del turismo mexicano, estableciendo un orden de prioridad que facilite la toma de decisiones por parte de los agentes implicados en el desarrollo turístico del país y contribuya a la mejora de la eficiencia de sus actuaciones.

Para abordar este trabajo, se ha llevado a cabo un análisis *Delphi* en el que han participado expertos de los sectores más importantes involucrados en el desarrollo turístico del país, y que ha permitido manejar 334 ítems que corresponden a otros tantos condicionantes de la sostenibilidad del turismo mexicano. Por supuesto, la opinión de los expertos ha permitido, además, graduar, según su importancia, estos factores, de manera que se ha obtenido una imagen nítida de la realidad turística mexicana y de cuales son los factores críticos que actualmente condicionan su sostenibilidad.

## 2. EL TURISMO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DE MÉXICO

Durante las últimas décadas, el turismo se ha considerado en México como un importante motor de impulso del desarrollo nacional, principalmente por su característica de actividad generadora de divisas. Como sostiene Jiménez (1993), con el fin de la Segunda Guerra Mundial la industria mexicana sufre un importante deterioro como consecuencia de la disminución de las exportaciones, debido a la incorporación de industrias norteamericanas a una economía normalizada y en expansión. En estas circunstancias, el gobierno mexicano decide impulsar el desarrollo nacional a través de la industrialización, lo que, a su vez, exige disponer de un producto que permita generar las divisas necesarias para financiar la inversión requerida. Es así como el turismo, que en aquel entonces experimentó importantes crecimientos en los volúmenes de visitantes, se empieza a considerar como el «fenómeno económico que puede permitir la obtención de las divisas necesarias para adquirir los bienes de capital que requiere la industrialización» (Jiménez, 1993). Así, a partir de 1946, y a través de las diferentes administraciones federales, el turismo ha ocupado un papel importante en la política de desarrollo nacional, aunque hay que constatar que la visión que sobre el turismo se ha tenido durante estas décadas ha ido cambiando a lo largo de los sexenios.

Ahora bien, la importancia y contribución del turismo a la economía nacional puede ser percibida de mejor manera si se tienen en cuenta dos indicadores macroeconómicos básicos, como son el Producto Interior Bruto (PIB) y la generación de empleo. En relación a la contribución del turismo al PIB, cabe resaltar la importancia que el sector servicios, en general, tiene en la economía mexicana, al aportar más del 50% del PIB en todo el período analizado. Sin embargo, al considerar la contribución del turismo mediante los subsectores transporte y alojamiento (la falta de otros datos más exactos hasta muy recientemente impide otro tipo de aproximación), se observa que ésta pasa de 4,2% en 1950 a un 8,1% para 1990, siendo 1980 el año de mayor peso del turismo en el PIB mexicano (9,1% del PIB). Para el período de 1995 a 2005 los datos obtenidos de la Cuenta Satélite del Turismo permiten dimensionar mejor la aportación del turismo al PIB, la cual asciende, en promedio, al 8,16%. Si se analiza con mayor detalle un período específico (1999-2004), se aprecia, según datos extraídos del INEGI (2006), que el PIB

turístico representó, en promedio, el 8,2% del total nacional, siendo las actividades que mayor aportación tuvieron el transporte, con 2,8%, los restaurantes y bares (1,9%), el alojamiento (1,2%), el comercio y la producción artesanal, cada una con 0,9%. De esta manera, la contribución, en conjunto, es del 7,7% del PIB total, correspondiendo el resto (0,5%) a las demás actividades turísticas.

Así, considerando el total del PIB turístico, el transporte representó, en promedio, un 34,1%; los restaurantes y bares un 23,5%; el alojamiento el 14,7%; el comercio un 11,1% y las manufacturas (incluidas las artesanías), el 10,1%. El 6,5% restante lo conformaron los servicios de ocio (centros nocturnos, exposiciones de arte, museos, etc.), otros servicios (revelado y servicios de fotografía, alquiler de automóviles, etc.), servicios de administración y promoción turística, entre otros.

El otro indicador que se ha tenido en cuenta para dimensionar el impacto y la importancia del turismo para la economía mexicana es su capacidad para generar empleo. El personal ocupado en el sector turismo en relación con el personal ocupado del país oscila entre 6,26% para 1995 y 5,4% en 2004. Según la Secretaría de Turismo de México, los empleos generados ascienden a más de 2,4 millones, lo que evidencia aún más la importancia del turismo en este rubro.

### **3. LA SOSTENIBILIDAD COMO UNA DIMENSIÓN ESTRATÉGICA DEL DESARROLLO TURÍSTICO. EL CASO DE MÉXICO**

La sostenibilidad se ha convertido en uno de los principales valores del cambio de paradigma en el actual modelo de desarrollo turístico y, por supuesto, en un factor clave para la competitividad de cualquier destino. El turismo es una actividad económica que depende, en buena medida, de la existencia en el destino de atractivos naturales y culturales, lo que implica que sostenibilidad y competitividad sean dos conceptos muy relacionados en la gestión de los destinos turísticos. La gestión de la sostenibilidad tiene que ver con la planificación y gestión del crecimiento, el uso racional del territorio, el control de los recursos frágiles, y con políticas dirigidas a lograr la minimización de los posibles impactos negativos y el mejor aprovechamiento de las oportunidades de negocio y empleo por parte de la población local para favorecer un reparto equitativo de los beneficios. Por su parte, la competitividad, que es un requisito fundamental para lograr beneficios económicos, además de con la calidad ambiental, que se requiere en todo espacio de ocio, tiene que ver con la capacidad de los agentes del destino para proteger y gestionar los atractivos turísticos, y de organizarse para estructurar y distribuir con éxito productos diferenciados con valor añadido. También se requiere la gestión eficaz, tanto de las empresas turísticas como de las otras empresas y servicios públicos que forman parte del producto turístico.

La sostenibilidad no es un objetivo, ni mucho menos una estrategia. Se trata de un nuevo paradigma que exige profundos cambios en el actual modelo de desarrollo turístico, de manera que perfile un nuevo escenario en las relaciones entre turismo y recursos susceptibles de uso turístico, entendido éste en un sentido mucho más amplio que el que tradicionalmente se concibe al asociarlo a la idea exclusiva de recursos naturales (Pulido, 2006). Y es un elemento clave para la competitividad de un destino turístico en la medida

en que garantiza un nuevo escenario, no sustentado sobre los parámetros habituales de crecimiento cuantitativo de la demanda turística, que asegura la preservación del medio ambiente y la cultura local, que garantiza la participación de la población, tanto en el proceso de desarrollo como en la apropiación de beneficios, y que favorece una oferta turística de calidad, condiciones indispensables para mantener la competitividad.

Sin embargo, a pesar de lo evidente que parece la importancia de caminar hacia un nuevo modelo de desarrollo turístico caracterizado en términos de sostenibilidad, los resultados hasta ahora son bastante limitados, quizás, por un lado, por la falta de acuerdo doctrinal respecto al volumen de crecimiento cuantitativo que puede admitirse en función de grado de sustituibilidad de los capitales; quizás, también, por la escasez de directrices que permitan pasar de los fundamentos teóricos a los planteamientos prácticos en la gestión de cualquier destino turístico (Pulido, 2006).

La incorporación de los planteamientos del «desarrollo sostenible» en la política turística mexicana se ha producido con anterioridad en diversas administraciones federales. En lo que respecta a la actual Administración, la implementación del concepto de desarrollo sostenible se establece en el mismo Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, que establece con toda claridad que «el Plan asume como premisa básica la búsqueda del Desarrollo Humano Sustentable; esto es, del proceso permanente de ampliación de capacidades y libertades que permita a todos los mexicanos tener una vida digna sin comprometer el patrimonio de las generaciones futuras».

Con relación al turismo, el segundo Eje de Acción del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, denominado «Economía Competitiva y Generadora de Empleos», establece que el gran objetivo para el turismo nacional es «hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional».

El Plan considera seis estrategias nacionales para la actividad turística, todas ellas encaminadas a la consecución de la sostenibilidad. Entre estas seis estrategias destaca la segunda, que hace referencia expresa al desarrollo sostenible (Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012).

En lo referente a la política sectorial, la Secretaría de Turismo (SECTUR) y sus entidades sectorizadas (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, Consejo de Promoción Turística de México y Centro de Estudios Superiores en Turismo), toman la anterior premisa con toda seriedad y responsabilidad y presentan el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, en el cual se «asume que la finalidad última de las acciones en el sector es la de contribuir al Desarrollo Humano Sustentable en el País, transformando lo que sea pertinente del sector» (SECTUR, 2007, p. 15).

En esta línea, el gobierno federal ha impulsado la implementación del concepto de sostenibilidad al desarrollo del turismo en las áreas naturales protegidas (ANP). Así lo demuestra el objetivo general trazado en el Programa de Turismo en Áreas Protegidas 2006-2012: «Lograr que el turismo contribuya a la conservación y desarrollo sustentable de las Áreas Protegidas Federales y áreas con otras modalidades de conservación como una alternativa económica que beneficie a las comunidades y usuarios locales» (CONANP, 2007).

Otra referencia importante es la Agenda 21 para el Turismo Mexicano, programa presentado en noviembre de 2002 en la administración del Presidente Vicente Fox y que tiene como objetivo «ser un programa que guíe las acciones e instrumentos, para propiciar el desarrollo Sustentable de la actividad turística, consolidando el bienestar del ser humano, respetando el medioambiente y optimizando los beneficios económicos y sociales de las comunidades» (SECTUR, SEMARNAT, 2002, p. 17). El Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 mantiene estos planteamientos en su línea de acción 2.1.5. «Actualización y ampliación del Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano» (SECTUR, 2007, pp. 59-60).

Las anteriores son sólo algunas referencias a los principales documentos que marcan el rumbo del turismo durante la presente administración federal y pretenden evidenciar la visión del gobierno en cuanto a la inclusión del concepto de desarrollo sostenible en la actividad turística. Pero, para tener una perspectiva más completa, consideramos conveniente incluir también una cita más, extraída del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, y con la cual se evidencia la clásica visión economicista del turismo, que incentiva por encima de todo el aumento cuantitativo del sector: «... convertir a México en un país líder en el sector turismo y aumentar, para 2012, en un 35% el número de turistas internacionales...» (Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012).

La pregunta que quedaría en el aire es si el significativo aumento en el número de turistas contribuirá a la sostenibilidad del turismo mexicano o, cuando menos, si se han analizado los impactos que este crecimiento, eminentemente cuantitativo, traería en el ámbito social y medioambiental.

Por otra parte, la revisión de la literatura científica mexicana en relación al tema objeto de estudio ha permitido delimitar diversas posturas que merecen ser consideradas. Por un lado, Verduzco Chávez (en Gómez, 2003) aborda el tema de la sostenibilidad desde la perspectiva de la teoría de las experiencias racionales y establece dos factores como necesarios para potenciar la sostenibilidad en el turismo mexicano: el fortalecimiento de arreglos institucionales y la construcción de capacidades para tomar medidas necesarias que permitan reducir el impacto ambiental del turismo.

Para Molina, la sostenibilidad del turismo implica diversas transformaciones y, por tanto, manifiesta la «existencia de un reto de grandes magnitudes que requiere una visión «holística» y la aplicación de un conjunto de instrumentos de alta efectividad. [...] Igualmente, es necesario instrumentar nuevos criterios y políticas de desarrollo por parte de las autoridades, así como recurrir a la madurez y profesionalismo del sector empresarial para cambiar la gestión a nivel del «sector» e intersectorialmente» (Molina, 2005, p. 61).

Como una de las conclusiones de su obra, Molina afirma que «sin una estrategia de desarrollo sustentable los productos y los destinos turísticos tendrán un bajo nivel de competitividad, que no sólo hará muy difícil su aceptación en los mercados internacionales, sino que adicionalmente implicará un estancamiento o baja en los flujos generados por el turismo hacia las economías de los países» (Molina, 2005, p. 83).

Por otro lado, César Dachary (SECTUR CESTUR, 2000, p. 139), establece que la premisa de la sostenibilidad es posible, pero ello no garantiza que se dé, y, además, menciona que «no podemos tener una agenda de necesidades utópicas, sino una propuesta de realidades posibles». El autor menciona que tanto la sostenibilidad como la competitividad

«deben ser parte de todas las políticas aplicables al turismo y a sus zonas de influencia, pero también deben ser parte de la estrategia nacional de desarrollo, para evitar la formación de islas o burbujas aisladas de turismo, un modelo que entra en contradicción con las nuevas tendencias mundiales».

Por último, destacar las afirmaciones de Madrid Flores (SECTUR CESTUR, 2000, pp. 86-87) en el sentido de que «la vía para maximizar los beneficios del turismo para México, pasa necesariamente por el derrotero de la sostenibilidad», sentenciando que «el desafío más importante sobre la sostenibilidad tiene que ver con la internalización de este concepto en los actores del turismo mexicano, es decir, debe dejar de ser sólo parte del discurso oficial y debe asumirse como filosofía de trabajo de la industria turística mexicana».

En definitiva, como pone de manifiesto la literatura revisada, el paradigma de la sostenibilidad preocupa al sector turístico mexicano. Por otra parte, la intervención pública también demuestra sensibilidad ante estas cuestiones. Sin embargo, no parece que este interés se esté traduciendo aún en un cambio radical del modelo de desarrollo turístico mexicano, que muestra evidentes síntomas de insostenibilidad. De ahí el interés por conocer los factores que condicionan la sostenibilidad del turismo en México y, en consecuencia, por dónde y cómo hay que intervenir para cambiar esta situación.

#### **4. FACTORES QUE CONDICIONAN LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO MEXICANO**

Con el objetivo de conocer aquellos factores que, a juicio de los expertos, son determinantes para lograr la sostenibilidad del turismo en México, se ha llevado a cabo un análisis *Delphi*. La implementación del método *Delphi* contó con la participación de 34 expertos nacionales, con lo que se logró una representatividad de los sectores más importantes involucrados en el desarrollo turístico del país. El *Delphi* se conformó por dos rondas, y para cada una de ellas se estructuraron instrumentos específicos en función de los objetivos de la investigación.

El análisis de los datos proporcionados por los expertos participantes se hizo mediante la utilización del programa de cómputo SPSS. Las variables estadísticas utilizadas para el análisis del segundo instrumento, fueron la mediana (Q2), como medida de tendencia central y el recorrido intercuartílico (Q3-Q1), como medida de dispersión. Lo anterior porque, como establece Pulido (2007, p. 118) «esta medida de dispersión es la más utilizada en la mayoría de los estudios *Delphi*, pues, cuanto menor sea el recorrido, significará una mayor estabilidad de las respuestas y coincidencia de opiniones».

A continuación se presentan los resultados obtenidos en 11 de los 15 apartados del segundo instrumento, mediante una serie de cuadros (uno por categoría)<sup>1</sup>. En los cuadros que se presentan, se incorporan algunos factores<sup>2</sup>, así como las variables estadísticas uti-

---

1 No se incluye la información obtenida en cuatro de las categorías consideradas en la investigación, pues en ellas no se detectó ningún factor determinante para la sostenibilidad del turismo mexicano. Sí se hace mención, en cualquier caso, a los resultados obtenidos.

2 Sólo se presentan los factores con valores de mediana más altos y con recorridos intercuatílicos tendientes a cero, pues son éstos los que presentan un mayor grado de consenso entre los participantes.

lizadas para el análisis de los datos. Adicionalmente, se hace una breve descripción de los aspectos más relevantes de cada categoría.

Aunque de los resultados que se presentan se podrían obtener una gran diversidad de conclusiones, no debe olvidarse que el objetivo fundamental del trabajo es detectar aquellos factores que son determinantes para la sostenibilidad turística. Por esta razón, el análisis y los comentarios se centrarán en buscar aquellos ítems que presenten un valor de mediana más alto (equivalente a «imprescindible») y un recorrido intercuartílico tendiente a cero, es decir, un mayor grado de consenso.

La primera categoría incluida en el estudio se refiere a aspectos medioambientales. En esta, se obtuvo el mayor número de ítems con mediana igual a 5 (72,22% de los ítems incluidos) y con un recorrido intercuartílico igual o menor a 1 (prácticamente el 100% de los factores incluidos), lo cual, sin duda, ratifica la importancia que los expertos dan a los factores incluidos en esta categoría y da cuenta, además, de la coincidencia en los puntos de vista entre los participantes.

Sin embargo, como se muestra en el Cuadro 1, de entre todos los factores incluidos destacan dos por el grado de consenso alcanzado: i) el aprovechamiento sostenible de los recursos y respeto a los ecosistemas frágiles, que presenta un recorrido intercuartílico igual a 0; y, ii) el realizar estudios para determinar la capacidad de carga turística, o los límites aceptables de cambio, y administrar estos factores, dominando la ambición desmesurada en temporada alta, que alcanzó un valor de 0,50. Estos dos son, pues, los factores relacionados con el medioambiente que, a juicio de los expertos, tienen más importancia y trascendencia para el logro de la sostenibilidad turística.

Por lo que toca a la segunda categoría, denominada «planificación del desarrollo turístico» (Cuadro 2), se obtuvo una distribución de medianas muy distinta, pues los valores oscilan entre 3,5 y 5. Sólo el 27,59% de los factores presentaron una mediana igual a 5, y en todos estos casos el recorrido intercuartílico fue igual a 1. De esta manera, los factores que, según los expertos, tienen mayor relevancia para la consecución de la sostenibilidad turística son: i) establecer programas de ordenamiento turístico; ii) tener una visión holística y a largo plazo; iii) planificar mediante un método participativo; iv) contemplar el beneficio de la comunidad local y asegurar una distribución justa de la riqueza generada; v) contar con una política de sostenibilidad que abarque aspectos ambientales, socioculturales y de calidad de servicios; vi) cumplir con el marco legal establecido; vii) exigir la planificación como primer etapa de cualquier proceso; y, viii) considerar aspectos socioeconómicos, ambientales, de mercado, técnicos y financieros.

En cuanto a la tercera categoría, «participación de la comunidad local», las respuestas presentadas en el Cuadro 3 muestran una mayor cantidad de ítems que lograron medianas con valor de 4 (80,77%). Se trata, por tanto, de ítems calificados por los expertos como «sumamente importantes», aunque no «imprescindibles». Sólo hay cuatro factores con medianas iguales a 5, por lo que podríamos considerarlos imprescindibles, pues presentan, además, un recorrido intercuartílico igual a 1, por lo que podría considerarse que el grado de consenso entre los expertos es significativo. Los factores referidos son: i) el promover de manera primordial la creación de fuentes de ingreso y de empleos directos o indirectos que mejoren el nivel de vida de las comunidades locales, estimulando la creación de nuevas empresas o grupos de trabajo, diversificando la actividad económica y previniendo



**Cuadro 1**  
**ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES**

Factores	Mediana (Q2)	Tercer cuartil (Q3)	Primer cuartil (Q1)	Q3-Q1
1. Aprovechamiento sustentable de los recursos y respeto a los ecosistemas frágiles.	5,00	5,00	5,00	0
2. Realizar estudios para determinar la capacidad de carga turística o los límites aceptables de cambio y administrar estos factores, dominando la ambición desmesurada en temporada alta.	5,00	5,00	4,50	0,50
3. Que además de existir un adecuado marco legal en materia medioambiental, éste sea conocido y aplicado o en su defecto, que se apliquen sanciones para aquellos que incurrir en delitos ambientales	5,00	5,00	4,00	1
4. Contar con un ordenamiento ecológico del territorio que determine y restrinja los distintos usos de suelo y que además contemple las áreas para actividades turísticas y recreacionales reglamentando los usos en dichos espacios.	5,00	5,00	4,00	1
5. Ligar los proyectos turísticos con planes de gestión ambiental.	5,00	5,00	4,00	1
6. Manejo integral de los desechos e implementación de medidas que han demostrado su eficacia en otras comunidades (reducción en el consumo, reciclaje, disposición final de residuos, etc.).	5,00	5,00	4,00	1
7. Contribuir a la conservación y preservación de los recursos naturales de la zona receptora.	5,00	5,00	4,00	1
8. Realizar las mejores prácticas en materia de uso, aprovechamiento y manejo sustentable de los recursos naturales en la construcción y operación de los desarrollos turísticos (uso de ecotecnias, de energías renovables, fomento de la arquitectura bioclimática, etc.)	5,00	5,00	4,00	1
9. Identificar y calificar los impactos ambientales que el desarrollo turístico puede generar, buscando minimizar dichos impactos y aplicar medidas efectivas de mitigación.	5,00	5,00	4,00	1
10. Tener como punto de partida un diagnóstico ambiental que permita conocer los ecosistemas locales nativos y la complejidad ambiental del sitio.	5,00	5,00	4,00	1
11. Informar a los clientes sobre la importancia de los recursos naturales, su conservación y cómo emplearlos responsablemente.	5,00	5,00	4,00	1
12. Ofrecer a los visitantes una interpretación ambiental precisa y de calidad que considere todos los aspectos y valores locales: naturales, sociales, culturales e históricos.	5,00	5,00	4,00	1
13. Satisfacer las necesidades locales y mejorar la calidad de vida de los residentes con el aprovechamiento sustentable de los recursos existentes.	5,00	5,00	4,00	1

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro 2**  
**PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO**

Factores	Mediana (Q2)	Tercer cuartil (Q3)	Primer cuartil (Q1)	Q3-Q1
1. Establecer programas de ordenamiento turísticos ligados a la vocación de cada territorio e implementar actividades acordes con la vocación del uso del suelo.	5,00	5,00	4,00	1
2. Se debe tener una visión holística y de largo plazo.	5,00	5,00	4,00	1
3. Planificar mediante un método participativo que involucre a todos los actores interesados y que logre acuerdos entre ellos.	5,00	5,00	4,00	1
4. Contemplar el beneficio de la comunidad local como el objetivo de la planificación y asegurar una distribución justa de la riqueza generada.	5,00	5,00	4,00	1
5. Contar con una política de sostenibilidad que abarque aspectos ambientales, socioculturales y de calidad de servicios.	5,00	5,00	4,00	1
6. Que se cumpla con el marco legal establecido.	5,00	5,00	4,00	1
7. Exigir que la planificación sea la primera etapa de cualquier proceso.	5,00	5,00	4,00	1
8. Que considere aspectos socioeconómicos, ambientales, de mercado, técnicos y financieros.	5,00	5,00	4,00	1
9. Prever el uso de las zonas de conservación y reglamentarlas.	4,50	5,00	4,00	1
10. Que la planificación asegure tanto la protección de la sociedad y la cultura receptora, como la protección medioambiental del destino y la satisfacción del turista.	4,50	5,00	4,00	1

Fuente: Elaboración propia.

los efectos sociales y ambientales de la actividad; ii) que exista compromiso y corresponsabilidad en el desarrollo turístico; iii) crear condiciones que les permitan acceder a la infraestructura turística y que ésta no sea prohibida para la comunidad anfitriona; y, iv) procurar una distribución justa de la riqueza.

Cabe mencionar que existen catorce ítems que presentan una mediana de 4 y un recorrido intercuartílico entre 4 y 5, y, además, destaca el hecho que haya dos factores que alcanzaron un gran nivel de consenso, al tener un recorrido intercuartílico igual 0.

La cuarta categoría incluye los factores relacionados con la coordinación entre los diversos actores. Presenta un comportamiento muy particular, pues, aunque no hubo ítems con mediana de 5, el 91,67% de los ítems presentaron una mediana de 4, y sólo ocho de estos factores tuvieron un recorrido intercuartílico entre 5 y 4. Por esta razón, sería complicado hablar de cuáles son los factores determinantes para los expertos en este rubro e, incluso, podríamos establecer que los veinticuatro factores considerados son sumamente importantes para la sostenibilidad del turismo mexicano, pero no son imprescindibles.

**Cuadro 3**  
**PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD LOCAL**

Factores	Mediana (Q2)	Tercer cuartil (Q3)	Primer cuartil (Q1)	Q3-Q1
1. Promover de manera primordial la creación de fuentes de ingreso y de empleos directos o indirectos que mejoren el nivel de vida de las comunidades locales, estimulando la creación de nuevas empresas o grupos de trabajo, diversificando la actividad económica y previniendo los efectos sociales y ambientales de la actividad.	5,00	5,00	4,00	1
2. Debe existir compromiso y corresponsabilidad en el desarrollo turístico.	5,00	5,00	4,00	1
3. Crear condiciones que le permitan acceder a la infraestructura turística y que ésta no sea prohibida o prohibitiva para la comunidad anfitriona.	5,00	5,00	4,00	1
4. Procurar una distribución justa de la riqueza pues en la medida que se generen beneficios económicos, se logrará evitar acciones de depredación de la naturaleza.	5,00	5,00	4,00	1
5. Establecer alianzas o redes de servicios con los miembros de comunidades vecinas o de la región.	4,00	4,00	4,00	0
6. Incentivar la participación estableciendo competencias y generando procesos participativos en ambos sentidos (de abajo hacia arriba y viceversa).	4,00	4,00	4,00	0

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la capacitación (Cuadro 4), la totalidad de los ítems presentan medianas con valores entre 4 y 5, pero destacan los tres factores que, además de mostrar un recorrido intercuartílico igual a 1, tienen una mediana igual a 5. Estos factores son: i) capacitar sobre el propio desarrollo sostenible del turismo y sobre la implementación de estrategias sustentables; ii) incluir programas de capacitación en higiene y seguridad en el trabajo, sobre manejo higiénico de alimentos y seguridad para los visitantes o turistas; y, iii) manejar proyectos de capacitación elaborados de acuerdo a las necesidades detectadas (previo diagnóstico) en los diferentes niveles y actores involucrados.

Se presentaron, además, dos casos de factores que lograron un alto nivel de consenso, al tener un recorrido intercuartílico igual a cero, pero, como en casos antes vistos, la mediana de estos ítems es 4, por lo que, a pesar del consenso, no se pueden considerar como imprescindibles.

Respecto a la integración del producto turístico (Cuadro 5), los resultados muestran un contundente 92% de los ítems con medianas de 4, mientras que el 8% restante obtuvieron como mediana un valor de 5. Son justamente estos dos factores los que, al haber registrado un recorrido intercuartílico de 1 (entre el 5 y el 4), pueden ser considerados como los factores que, a juicio de los expertos, resultan fundamentales para el logro de la sostenibilidad turística. Los ítems referidos son: i) integrar un producto turístico ambien-

**Cuadro 4**  
**CAPACITACIÓN**

Factores	Mediana (Q2)	Tercer cuartil (Q3)	Primer cuartil (Q1)	Q3-Q1
1. Capacitación sobre el propio desarrollo sostenible del turismo y sobre la implementación de estrategias sustentables.	5,00	5,00	4,00	1
2. Incluir programas de capacitación en higiene y seguridad en el trabajo, sobre manejo higiénico de alimentos y seguridad para los visitantes o turistas.	5,00	5,00	4,00	1
3. Proyectos de capacitación elaborados de acuerdo a las necesidades detectadas (previo diagnóstico) en los diferentes niveles y actores involucrados : comunidad, turismo, empresarial, gobierno, etc.	5,00	5,00	4,00	1
4. Que la capacitación sea impartida por instructores especializados y de preferencia gente de la región.	4,00	4,00	4,00	0
5. Considerar el costo de la capacitación y la definición de actores potenciales como financiadores, así como el manejo adecuado, responsable y transparente de los recursos económicos.	4,00	4,00	4,00	0
6. Establecer un programa de capacitación sobre calidad en el servicio y atención al visitante o cliente.	4,50	5,00	4,00	1
7. Incluir programas de capacitación especializada: Idiomas, ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, guías, senderismo, descenso de ríos, etc.	4,50	5,00	4,00	1

Fuente: Elaboración propia.

talmente responsable y orientado hacia la conservación de la naturaleza, y ii) integrar el producto turístico con otras actividades productivas.

Adicionalmente, hubo cinco factores que presentaron un amplio consenso, al tener un recorrido intercuartílico menor a 1. Estos son los numerados del 3 al 7, con 0,75 cada uno. Pero, en todos los casos, la mediana indica que son factores sumamente importantes, más no imprescindibles.

La séptima categoría considerada se refería las cuestiones de normatividad y legislación (Cuadro 6). A pesar de haber un 77,78% de factores que obtuvieron una mediana igual a 4, destacan los ítems con mediana de 5, en especial el primero de los propuestos, pues este, además de la mediana 5, presentó un recorrido intercuartílico igual a cero, es decir, un consenso prácticamente generalizado por parte de los expertos. Este factor establece que se debe aplicar y cumplir la legislación y normatividad sin distinción, evitando vicios como corrupción, favores políticos o impunidad.

Los otros valores con mediana equivalente a «imprescindible» y recorrido intercuartílico igual a 1 son: i) la aplicación de sanciones a quienes infrinjan la ley; ii) el cumplimiento de los ordenamientos territoriales urbanos; y, iii) la revisión y actualización de la legislación. Se dio también el caso de un factor que presentó un gran consenso (recorrido

**Cuadro 5**  
**INTEGRACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

Factores	Mediana (Q2)	Tercer cuartil (Q3)	Primer cuartil (Q1)	Q3-Q1
1. Debe ser ambientalmente responsable y orientada hacia la conservación de la naturaleza.	5,00	5,00	4,00	1
2. Integrar el producto turístico con otras actividades productivas.	5,00	5,00	4,00	1
3. Que combine diferentes tipos de subproductos y genere circuitos o rutas que distribuyan los recursos en la zona.	4,00	4,75	4,00	0,75
4. Promover un mayor beneficio para las comunidades locales, por ejemplo mediante las mejoras en las infraestructuras de comunicaciones y transportes.	4,00	4,75	4,00	0,75
5. El diseño debe considerar elementos vernáculos y se debe orientar a resaltar el rescate de las manifestaciones culturales.	4,00	4,00	3,25	0,75
6. Considerar los sistemas de promoción y ventas y los procesos de atención al cliente.	4,00	4,00	3,25	0,75
7. Que el producto fomente un mayor gasto por visitante, mediante el pago de entradas y servicios.	4,00	4,00	3,25	0,75

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro 6**  
**CUESTIONES DE NORMATIVIDAD Y LEGISLACIÓN**

Factores	Mediana (Q2)	Tercer cuartil (Q3)	Primer cuartil (Q1)	Q3-Q1
1. Aplicación y cumplimiento de la legislación y normatividad sin distinguos, evitando vicios como: corrupción, favores políticos o impunidad.	5,00	5,00	5,00	0
2. Aplicación de sanciones a quien infrinja la ley.	5,00	5,00	4,00	1
3. Cumplimiento de los ordenamientos territoriales y urbanos.	5,00	5,00	4,00	1
4. Revisión y actualización de la legislación.	5,00	5,00	4,00	1
5. Ofrecer incentivos económicos o fiscales que fomenten el cumplimiento voluntario de la legislación.	4,00	4,50	4,00	0,50

Fuente: Elaboración propia.

intercuartílico de 0,50), pero con mediana de 4, por lo que sólo se considera sumamente importante.

En cuanto a los factores de mercado, es decir, todos aquellos relacionados con el análisis de oferta y demanda, comercialización, ventas, etc., no existen ítems con medianas que alcancen el 5, sino que los resultados incluyen medianas que van de 3,5 a 4,5, por lo que, justamente, el factor que obtuvo este último valor (4,5) destaca de entre los demás. Establece que se deben considerar las diversas fases del producto en las diferentes épocas del año. Por lo demás, encontramos un 91,67% de factores con medianas de 4, y once de ellos con recorridos intercuartílicos que van de 5 a 4. Además de dos casos con un alto grado de consenso (recorrido intercuartílico igual a cero) y cuatro con recorridos menores a 1.

La categoría que contiene las cuestiones socioculturales (Cuadro 7) presenta una amplia diversidad de medianas, que van desde el 3,5 hasta el 5, con un predominio de 66,67% de factores que obtuvieron mediana igual a 4, que, por tanto, deben considerarse sumamente importantes para la consecución de la sostenibilidad turística. De entre este abanico, destaca por encima de todos el que establece el «respeto absoluto a comunidades que decidan el «no desarrollo» de la actividad turística en sus territorios», pues obtuvo una media de 5 y un consenso total por parte de los expertos, al presentar un recorrido intercuartílico igual a cero.

**Cuadro 7**  
**CUESTIONES SOCIOCULTURALES**

Factores	Mediana (Q2)	Tercer cuartil (Q3)	Primer cuartil (Q1)	Q3-Q1
1. Respeto absoluto a comunidades que decidan el «no desarrollo» de la actividad turística en sus territorios.	5,00	5,00	5,00	0
2. Respeto al ideal comunitario de desarrollo y a los límites que la comunidad desea.	5,00	5,00	4,00	1
3. Instrumentación de un comercio justo del patrimonio cultural.	5,00	5,00	4,00	1
4. Ética en el manejo y gestión del patrimonio cultural local.	5,00	5,00	4,00	1
5. Respeto, conservación y rescate de las tradiciones y expresiones culturales locales (recursos culturales tangibles e intangibles).	4,50	5,00	4,00	1
6. Inclusión cuidadosa y digna de las expresiones culturales dentro de los productos turísticos.	4,50	5,00	4,00	1
7. Empresas responsables con sus trabajadores, dándole condiciones mínimas de bienestar en el trabajo y mejorando sus condiciones de vida.	4,50	5,00	4,00	1
8. Prevenir, evitar y detener procesos de transculturación y aculturación (neocolonialismo) y el abandono de las actividades tradicionales.	4,00	4,25	3,75	0,50

Fuente: Elaboración propia.

De igual manera, deben resaltarse los factores 2, 3 y 4, que presentan mediana de 5 y recorrido igual a 1. Estos factores mencionan el respeto al ideal comunitario de desarrollo y a los límites que la comunidad desea; la instrumentación de un comercio justo del patrimonio cultural; y la ética en el manejo y gestión del patrimonio cultural local.

Respecto a los factores relacionados con la gestión del destino turístico, la categoría presenta una situación muy peculiar, pues el 100% de los factores incluidos en ella alcanzaron una mediana de 4, por lo que se puede concluir que en este rubro sólo existen factores sumamente importantes, aunque no imprescindibles.

Una situación similar a la anterior se presentó en la categoría que incluyó los factores económico-financieros, pues también aquí el 100% de los ítems incluidos lograron una mediana de 4, equivalente a «sumamente importante», es decir, no podríamos establecer factores con rango de imprescindibles. Llama la atención que en esta categoría, que incluye lo que se asume generalmente como los principales beneficios que trae consigo el desarrollo turístico, no se haya obtenido ningún ítem con mediana igual a 5. Lo anterior refleja que, si bien los aspectos económicos son sumamente importantes para la consecución de la sostenibilidad en el turismo, éstos no son imprescindibles o, en todo caso, están por detrás de otros ítems que, a juicio de los expertos, tienen mayor peso para el logro de la sostenibilidad turística.

Respecto a los factores que se incluyen en la categoría «asistencia técnica y financiera», como se muestra en el Cuadro 8, los valores de medianas que se alcanzaron en esta categoría fueron dos factores con mediana 3 (10%), doce factores con mediana 4 (60%), tres factores con mediana 4,5 (15%) y tres factores con mediana 5 (15%). Estos últimos son los que pueden ser considerados, según el consenso entre los expertos participantes, como los imprescindibles para el logro de la sostenibilidad del turismo, y se refieren a que exista claridad en las reglas de operación y en los procesos de obtención de la asistencia; un manejo adecuado, responsable y transparente del apoyo; y, evitar una cultura de dependencia de la asistencia financiera.

En este mismo apartado se presentaron tres ítems con grado máximo de consenso, es decir, recorrido intercuartílico igual a cero (factores 7, 8 y 9), además de otros dos casos con recorridos de 0,25 (factores 10 y 11).

En relación a la sensibilización, los resultados con claros. Se obtuvieron catorce de los diecisiete factores presentados (82,35%) con mediana igual a 4, mientras que sólo tres alcanzaron una mediana equivalente a «imprescindible» es decir, 5 (ver Cuadro 9). Por tanto, los factores relacionados con la sensibilización que, a juicio de los expertos, son determinantes para el logro de la sostenibilidad en el turismo mexicano son: facilitar la comprensión de que la conservación del medio ambiente es responsabilidad de todos; que la sostenibilidad tenga significado para la comunidad local en términos de mejoría en sus condiciones de vida; e, informar y motivar a los visitantes a contribuir con la conservación y el uso racional de los recursos naturales, con el manejo responsable de los desechos y con el respeto a las costumbres y tradiciones locales. De esta manera, se aprecia la inclusión de los diversos actores relacionados en los procesos de sensibilización, dentro de los cuales se encuentra, por supuesto, el propio turista.

**Cuadro 8**  
**ASISTENCIA TÉCNICA Y FINANCIERA**

Factores	Mediana (Q2)	Tercer cuartil (Q3)	Primer cuartil (Q1)	Q3-Q1
1. Claridad en las reglas de operación y en los procesos de obtención de la asistencia técnica y financiera.	5,00	5,00	4,00	1
2. Manejo adecuado, responsable y transparente del apoyo financiero.	5,00	5,00	4,00	1
3. Evitar una cultura de dependencia de la asistencia financiera.	5,00	5,00	4,00	1
4. Debe partir de un conocimiento de la zona tanto de sus recursos naturales como culturales y debe comprender la realidad y la mentalidad locales.	4,50	5,00	4,00	1
5. Se debe procurar que con el tiempo las organizaciones sean autogestivas con mentalidad empresarial.	4,50	5,00	4,00	1
6. Continua supervisión y seguimiento de los apoyos.	4,50	5,00	4,00	1
7. Identificación y diagnóstico de los requerimientos de asistencia técnica y financiera, acorde a las necesidades y escala de los grupos que la solicitan.	4,00	4,00	4,00	0
8. Acceso a créditos flexibles para el desarrollo de productos.	4,00	4,00	4,00	0
9. Capacidad de gestión de las unidades receptoras del apoyo.	4,00	4,00	4,00	0
10. Debe haber un acompañamiento profesional a manos de técnicos especializados que tengan experiencia en la región.	4,00	4,25	4,00	0,25
11. Asistencia financiera o para la reconversión a operación con tecnología sustentable.	4,00	4,25	4,00	0,25

Fuente: Elaboración propia.

La última de las categorías sugeridas inicialmente fue la que concentra los aspectos de certificación Cuadro 10). Vale la aclaración que esta categoría fue calificada por muchos expertos como irrelevante para el logro de la sostenibilidad, pero aún así, al haber solicitado a los expertos sus ideas sobre factores relacionados con el tema, se consideró oportuno incluirla en el segundo instrumento. Los resultados, que se presentan en el cuadro 10 muestran una mayoría de factores calificados por los expertos como «sumamente importante», al tener una mediana igual a 4, mientras que sólo un ítem presentó mediana de 4,5 (factor 3) y dos de los factores presentados alcanzaron una mediana de 5. Estos dos valores, que pudieran ser considerados como los imprescindibles para lograr la sostenibilidad turísticos son: que el organismo certificador tenga credibilidad, que sea reconocido y que lo avale un prestigio, una metodología o procedimiento y que la certificación tenga en cuenta aspectos sociales, económicos y culturales, además de ambientales.



**Cuadro 9**  
**SENSIBILIZACIÓN**

Factores	Mediana (Q2)	Tercer cuartil (Q3)	Primer cuartil (Q1)	Q3-Q1
1. Facilitar la comprensión de que la conservación del medio ambiente es responsabilidad de todos.	5,00	5,00	4,00	1
2. La sostenibilidad tiene que tener significado para la comunidad local en términos de mejoría en sus condiciones de vida.	5,00	5,00	4,00	1
3. Informar y motivar a los visitantes a contribuir con la conservación y el uso racional de los recursos naturales, con el manejo responsable de los desechos y con el respeto a las costumbres y tradiciones locales.	5,00	5,00	4,00	1
4. Inculcar la identidad histórico-cultural y procurar la conservación de la cultura del destino.	4,00	5,00	4,00	1
5. La sensibilización debe ser de todos los actores y teniendo presente la jerarquización de las prioridades derivadas del respeto al medio ambiente y a su aprovechamiento responsable.	4,00	5,00	4,00	1
6. A los residentes locales se les debe inculcar que el turismo es un negocio que genera empleos e ingresos y puede ser amigable con el ambiente.	4,00	5,00	4,00	1
7. La sensibilización debe considerar programas de educación formal, no formal e informal.	4,00	5,00	4,00	1
8. Se debe lograr que tanto el usuario como el prestador del servicio, se sientan orgullosos de participar en el proyecto.	4,00	5,00	4,00	1
9. Sensibilizar al público en general sobre los efectos del turismo, los principios de sostenibilidad y las medidas que deben adoptarse.	4,00	5,00	4,00	1
10. Elaborar y difundir códigos de ética y reglamentos específicos que muestren de manera clara y oportuna qué se puede hacer y qué no.	4,00	5,00	4,00	1
11. Acciones positivas y hábitos que pueden aplicar antes, durante y después de su viaje para hacerlo más sustentable.	4,00	5,00	4,00	1
12. Que exista participación de las instituciones educativas y de investigación.	4,00	5,00	4,00	1
13. Generar una conciencia crítica propositiva y una disposición o actitud mental abierta y flexible.	4,00	5,00	4,00	1
14. Promover la comprensión mutua (turistas - comunidad local) de las diferencias culturales y generar un acercamiento o aproximación a realidades distintas.	4,00	5,00	4,00	1

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro 10**  
**ASPECTOS DE CERTIFICACIÓN**

Factores	Mediana (Q2)	Tercer cuartil (Q3)	Primer cuartil (Q1)	Q3-Q1
1. Que el organismo certificador tenga credibilidad, que sea reconocido y que lo avale un prestigio, una metodología o procedimiento.	5,00	5,00	4,00	1
2. La certificación deberá tener en cuenta aspectos sociales, económicos y culturales, además de ambientales.	5,00	5,00	4,00	1
3. Claridad en la normatividad relacionada con la certificación.	4,50	5,00	4,00	1
4. Tender hacia una armonización de los sistemas de certificación existentes, al menos en términos de sus procesos y criterios básicos.	4,00	4,00	4,00	0
5. En el proceso de certificación, es preciso formar y educar a todos los agentes interesados, incluida la industria, los operadores, los clientes y los consumidores.	4,00	4,00	4,00	0
6. Supervisión y seguimiento a quien se le otorgue la certificación.	4,00	4,75	4,00	0,75
7. Certificación con vigencia en el ámbito regional y de preferencia internacional.	4,00	4,00	3,25	0,75
8. Que sea de varios niveles para que el cambio sea gradual.	4,00	4,75	4,00	0,75

Fuente: Elaboración propia.

Hubo, además, cinco factores que obtuvieron un alto nivel de consenso, al lograr un recorrido intercuartílico menor a 1. Nos referimos a los factores 4 y 5, con recorrido cero, y los factores 6 a 8, con recorrido de 0,75 cada uno.

El último apartado incluye todos aquellos factores que, a juicio de los expertos, deberían de considerarse, y que no encajaban plenamente en las categorías antes presentadas. De esta manera, se incluyeron en este apartado veinte ítems, que fueron calificados y de los cuales el Cuadro 11 muestra los principales.

Se observa que la totalidad de factores obtuvo una mediana entre 4 y 5, habiendo seis factores que lograron un recorrido intercuartílico igual a 1 entre los valores 4 y 5. Son pues, estos seis ítems los que, a juicio de los expertos, pueden ser determinantes para alcanzar la sostenibilidad en el turismo mexicano: i) que los líderes del turismo y la recreación local conozcan, comprendan y valoren los principios de sostenibilidad; ii) la transversalidad en la estructura gubernamental federal, estatal y municipal; iii) aplicación de los criterios de la sostenibilidad; iv) conciencia sobre el significado de sostenibilidad; v) voluntad política; y, vi) sensibilización de los actores sobre la ética de la sostenibilidad para el desarrollo.

A modo de resumen, se puede concluir que, en base a lo anterior, si se consideran como factores determinantes para la consecución de la sostenibilidad del turismo mexicano

**Cuadro 11**  
**OTROS FACTORES**

Factores	Mediana (Q2)	Tercer cuartil (Q3)	Primer cuartil (Q1)	Q3-Q1
1. Es esencial que los líderes del turismo y la recreación local conozcan, comprendan y valoren los principios de sostenibilidad.	5,00	5,00	4,00	1
2. Transversalidad en la estructura gubernamental federal, estatal y municipal.	5,00	5,00	4,00	1
3. Aplicación de los criterios de la sostenibilidad.	5,00	5,00	4,00	1
4. Conciencia sobre el significado de sostenibilidad.	5,00	5,00	4,00	1
5. Voluntad política.	5,00	5,00	4,00	1
6. Definición del binomio ser humano – naturaleza (cultura – medio ambiente).	5,00	5,00	3,75	1,25
7. Sensibilización de los actores sobre la ética de la sostenibilidad para el desarrollo.	5,00	5,00	4,00	1
8. El sistema judicial laxo, la gran frustración.	4,50	5,00	4,00	1
9. Las prácticas políticas de los grupos de presión (asociaciones y grupos de interés) influyen en las decisiones políticas y comerciales.	4,00	4,00	4,00	0

Fuente: Elaboración propia.

aquellos ítems que obtuvieron una mediana igual 5 (valor máximo de la escala equivalente a imprescindibles) y un recorrido intercuartílico igual o menor a 1 (entre 5 y 4), habría un total de 52 factores.

De entre todos estos factores, resaltan tres por haber obtenido el mayor grado de consenso entre los participantes como factores imprescindibles para el logro de la sostenibilidad en el turismo mexicano. Los factores referidos son:

- Aprovechamiento sostenible de los recursos y respeto a los ecosistemas frágiles.
- Aplicación y cumplimiento de la legislación y normatividad sin distinción, evitando vicios como: corrupción, favores políticos o impunidad.
- Respeto absoluto a comunidades que decidan el «no desarrollo» de la actividad turística en sus territorios.

Es importante destacar que el hecho de establecer 52 factores como los determinantes para la consecución de la sostenibilidad del turismo mexicano no deja de lado los demás ítems analizados. Por el contrario, los resultados demuestran una estrecha interrelación entre todos los factores y, aún más, entre todas las categorías, por lo que, en el momento de establecer estrategias de actuación, es fundamental una visión amplia e incluyente que considere todos los rubros y que integre a todos los actores involucrados.

## 5. CONCLUSIONES

Concluida la investigación, se pueden resumir las principales conclusiones a las que ha dado lugar el trabajo desarrollado. En primer lugar, cabe resaltar que la cuestión que realmente continúa pendiente es la implementación y puesta en práctica del paradigma de la sostenibilidad, esto es, el desarrollo de instrumentos y mecanismos que faciliten la operación, medición y seguimiento del proceso.

Existe un importante consenso respecto al hecho de que, a pesar de la urgente necesidad de implementar la sostenibilidad en el turismo, hay una gran diferencia entre la aplicación en pequeños proyectos y grandes destinos. Los expertos coinciden en que, en el caso de los grandes destinos, la visión economicista del turismo, además de los intereses económicos y políticos que prevalecen, dificultan la implementación del paradigma de la sostenibilidad en el turismo.

Llama la atención la ubicación de los casos de éxito mencionados, sobre todo el hecho de que la gran mayoría se localicen en el sureste del país, aspecto que merece la pena ser analizado.

Concluida la parte empírica, y según el criterio que se estableció, resultaron 52 los factores determinantes para la consecución de la sostenibilidad del turismo mexicano, de entre los cuales sobresalen tres por presentar medianas de 5 y recorridos intercuartílicos iguales a 0. Los factores referidos, y que ya han sido enumerados en el trabajo, son: i) aprovechamiento sostenible de los recursos y respeto a los ecosistemas frágiles; ii) aplicación y cumplimiento de la legislación y normatividad sin distinción, evitando vicios como: corrupción, favores políticos o impunidad; y, iii) respeto absoluto a comunidades que decidan el «no desarrollo» de la actividad turística en sus territorios.

A pesar de lo anterior, la verdadera conclusión del trabajo es que la sostenibilidad del turismo implica una compleja y estrecha relación entre un sinnúmero de factores que abarcan las diversas categorías propuestas. Por tanto, es fundamental que las estrategias de actuación que se implementen para impulsar la sostenibilidad del turismo mexicano se hagan bajo una visión holística e incluyente.

Hay que reconocer, en cualquier caso, que muchos de los factores manejados son utopías e ideas muy románticas. Incluso, hubo quien manifestó que los factores propuestos son la lista de las cosas que no se hacen en los destinos turísticos mexicanos, pues existe una estructura legal y un sistema político que lo permite y es muy permeable. Sin embargo, durante la investigación se respetó el punto de vista de los expertos y se mantuvieron esas ideas, pues, aun siendo utópicas, se consideró que se podían obtener conclusiones interesantes.

Independientemente del establecimiento de los factores determinantes para la sostenibilidad del turismo mexicano, se obtuvieron una gran cantidad de ideas y tópicos, importantes a criterio de los expertos, como la determinación del papel protagonista que los expertos otorgan a las comunidades locales, o la relevancia de la planificación para el desarrollo del turismo.

Muy relacionado con esto, se han delimitado temas de gran interés, como la participación comunitaria y los temas que de ella se desprenden, entre ellos: la gobernanza, el empoderamiento, la construcción de capital social o la apropiación de los proyectos por

parte de la comunidad local. Todos ellos, potenciales líneas de investigación para futuros trabajos.

En definitiva, la investigación llevada a cabo ha generado información suficiente para conocer cuales son los factores que condicionan la sostenibilidad del modelo turístico mexicano, lo que abre la puerta al diseño e implementación de estrategias que permitan potenciar los aspectos positivos y eliminar, o minimizar, los factores más perjudiciales.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- COMISIÓN NACIONAL DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS, (2007). *Programa de Turismo en Áreas Protegidas 2006-2012*, SEMARNAT, CONANP, México.
- COOPER, C.; FLETCHER, J.; FYALL, A.; GILBERT, D. Y WANHILL, S. (2007): *El turismo. Teoría y práctica*, Editorial Síntesis, Madrid.
- DWYER, L. Y FORYTH, P. (ed.) (2006): *International Handbook on the Economics of Tourism*, Edward Elgar Publishing Ltd.
- GÓMEZ, S. (coord.) (2003): *Desarrollo turístico y sostenibilidad*, Universidad de Guadalajara, México.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (2006): *Sistema de Cuentas Nacionales de México: Cuenta Satélite del Turismo de México 1999-2004*, INEGI, SECTUR, México.
- JIMÉNEZ, A. de J. (1993): *Turismo: estructura y desarrollo*. 2ª edición, McGraw Hill, México.
- LICKORISH, L.J. Y JENKINS, C.L. (2000): *Una introducción al turismo*, Editorial Síntesis, Madrid.
- MOLINA, S. (2005): *Turismo sin límites*, volumen 1, Centro de Emprendimiento e Innovación, México.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2005): *Turismo, microfinanzas y reducción de la pobreza*, OMT, Madrid.
- PEARCE, D. (1989): *Tourism Development*, Longman, Harlow, Essex.
- PULIDO, J.I. (2006): «Turismo y sostenibilidad», en SÁEZ, A., MARTÍN, P. y PULIDO, J.I. (coord.): *Estructura económica del turismo*, Editorial SÍNTESIS, Madrid, 327-366.
- PULIDO, J.I. (2007): «El turismo en el desarrollo económico de los parques naturales andaluces. Un análisis *Delphi* de los principales déficit», *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época* (1), 110-137. Disponible en: <http://virtual.ujaen.es/revestemp> [Fecha de consulta: 10 de diciembre de 2008].
- SECRETARÍA DE TURISMO (2007): *Programa Sectorial de Turismo 2007-2012*, SECTUR, México.
- SECRETARÍA DE TURISMO, CENTRO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE TURISMO (2000): *El turismo mexicano en el largo plazo. Memoria del Encuentro Nacional de Turismo: la perspectiva 2020*, SECTUR, CESTUR, México.
- SECRETARÍA DE TURISMO, SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES (2002): *Agenda 21 para el Turismo Mexicano: un marco de acción para el desarrollo sustentable de la actividad turística*, SECTUR, SEMARNAT, México.

- TRIBE, J. (2005): *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*, Elsevier, Amsterdam.
- VANHOVE, N. (2005): *The Economics of Tourism Destinations*, Butterworth-Heineman, New York.