

**UNIVERSIDAD DE OCCIDENTE  
UNIDAD MAZATLÁN  
DOCTORADO EN GESTIÓN DEL TURISMO**



**UdeO**  
**UNIVERSIDAD DE OCCIDENTE**

**TESIS:**

**DETERMINANTES DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS  
ANTE EL MERCADO DEL TURISMO RESIDENCIAL INTERNACIONAL:  
ESTADOUNIDENSES EN MAZATLÁN, SINALOA, COMO ESTUDIO DE CASO.**

**QUE COMO REQUISITO PARA OBTENER EL GRADO DE  
DOCTOR EN GESTIÓN DEL TURISMO**

**PRESENTA:**

**M.C. CÉSAR MIGUEL MALDONADO ALCUDIA**

**DIRECTORA DE TESIS:**

**DRA. AÍDA ALVARADO BORREGO**

**MAZATLÁN, SINALOA, NOVIEMBRE DE 2015.**

**Determinantes de competitividad de los destinos turísticos ante el mercado del turismo residencial internacional: estadounidenses en Mazatlán, Sinaloa, como estudio de caso.**

Por: César Miguel Maldonado Alcudia

### **Agradecimientos:**

La presente tesis doctoral, si bien, es un logro personal, fue posible gracias a diversas aportaciones. En las siguientes líneas me permito agradecer a todos aquellos que participaron en el logro de este objetivo.

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por las becas otorgadas para mis estudios de maestría y doctorado. Agradecer también a la Universidad de Occidente, Unidad Mazatlán, por mi formación universitaria y doctoral. En especial, a la coordinación del programa en Gestión del Turismo, encabezada por la Dra. Mónica Velarde por el apoyo constante.

Mi admiración y profundo agradecimiento para la Dra. Aida Alvarado Borrego por aceptarme para realizar esta tesis bajo su dirección. Sus asesorías durante estos años han sido un aporte incalculable, no solamente en mi desarrollo profesional, sino también personal. Al Dr. Jaime Zepeda, Dr. José de Jesús Chávez codirectores de esta investigación, sus comentarios y recomendaciones enriquecieron el ejercicio de esta investigación, a quienes admiro como profesionistas.

A mi familia, de quienes he recibido apoyo incondicional en los momentos difíciles, que me han permitido seguir adelante. A mi madre, Ana Virginia Maldonado, a través de estas líneas quiero expresarte mi amor y agradecerte el apoyo durante diversas etapas de mi vida. A mi esposa Adriana López Chávez por su comprensión, amor y la dicha de nuestra hija.

A todos ellos, gracias.

## INDICE:

|   |    |
|---|----|
| <b>INTRODUCCION</b> .....   | 9  |
| <b>CAPITULO I: CONTEXTUALIZANDO EL PROBLEMA</b>                         |    |
| 1. Contexto del problema .....  | 12 |
| 1.1 Turismo mundial.....  | 12 |
| 1.2 Turismo internacional en México.....                                | 17 |
| 1.3 Contexto del turismo residencial internacional .....                | 24 |
| 1.3.1 Contexto del turismo residencial en México .....                  | 27 |
| 1.4 Descripción del problema.....                                       | 34 |
| 1.5 Preguntas de investigación .....                                    | 44 |
| 1.6 Objetivos de investigación.....                                     | 45 |
| 1.7 Justificación.....  | 46 |
| 1.8 Hipótesis .....   | 47 |
| 1.9 Limitación de la investigación.....                                 | 47 |
| 1.9.1 Delimitación de la investigación .....                            | 48 |
| 1.9.2 Dimensiones de la investigación .....                             | 49 |
| <br>  |    |
| <b>CAPITULO II: LA COMPETITIVIDAD EN EL TURISMO.</b>                    |    |
| 2.1 Evolución del concepto de competitividad .....                      | 50 |
| 2.2 Perspectiva macroeconómica de la competitividad.....                | 53 |
| 2.2.1 Perspectiva microeconómica de la competitividad .....             | 55 |
| 2.3 Competitividad de destinos turísticos.....                          | 56 |
| 2.3.1 Ventaja comparativa del destino turístico .....                   | 59 |
| 2.3.2 Ventaja competitiva del destino turístico .....                   | 62 |
| 2.4 Metodologías para la evaluación de la competitividad turística..... | 64 |
| 2.4.1 El monitor de competitividad WTTC .....                           | 64 |
| 2.4.2 El índice de competitividad del foro económico mundial WEF .....  | 66 |
| 2.4.3 Índice de competitividad turística de los estados mexicanos ..... | 67 |
| 2.5 Indicadores de competitividad turística .....                       | 68 |

|  |    |
|--|----|
| 2.6 Modelos de competitividad turística .....                          | 71 |
| 2.6.1 El diamante dinámico de Porter .....                             | 73 |
| 2.6.2 El modelo de competitividad de Calgary de Ritchie y Crouch ..... | 75 |
| 2.6.3 Modelo de competitividad de Dwyer y Kim.....                     | 80 |
| 2.7 Planificación como factor de competitividad en el turismo .....    | 84 |

### **CAPITULO III: TURISMO RESIDENCIAL INTERNACIONAL.**

|  |     |
|--|-----|
| 3.1 Contexto del fenómeno turístico residencial.....       | 87  |
| 3.2 Conceptualización del turismo residencial .....        | 93  |
| 3.3 Proceso de generación del turismo residencial.....     | 102 |
| 3.4 Proceso de elección del destino residencial.....       | 104 |
| 3.4.1 Factores de selección del destino residencial.....   | 106 |
| 3.4.2 Factores sociales económicos ambientales .....       | 108 |
| 3.5 Fenómeno turístico residencial en el mundo.....        | 110 |
| 3.5.1 Fenómeno turístico residencial en México .....       | 111 |
| 3.5.2 Estadísticas del fenómeno turístico residencial..... | 113 |
| 3.6 <i>Baby boomers</i> .....                              | 116 |
| 3.6.1 Beneficios del <i>social security</i> .....          | 118 |
| 3.7 Desarrollismo inmobiliario en México .....             | 121 |
| 3.8 Adquisición de bienes inmuebles por extranjeros .....  | 125 |

### **CAPITULO IV: DISEÑO METODOLÓGICO**

|   |     |
|---|-----|
| 4.1 Paradigmas en metodología de investigación .....          | 130 |
| 4.1.2 Paradigma positivista o método cuantitativo .....       | 132 |
| 4.1.3 Paradigma o método cualitativo .....                    | 135 |
| 4.1.4 Método de investigación mixto .....                     | 139 |
| 4.2 Alcance y tipo de investigación .....                     | 142 |
| 4.2.1 Tipo de investigación por alcance de sus objetivos..... | 144 |
| 4.2.2 Paradigma de investigación seleccionado .....           | 146 |
| 4.3 Diseño de investigación .....                             | 147 |
| 4.4 Técnicas de recolección de datos .....                    | 148 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.5 Construcción del modelo teórico conceptual.....   | 153 |
| 4.6 Población y selección de la muestra.....  | 159 |
| 4.7 Consideraciones para su aplicación.....   | 160 |
| <br>  |     |
| <b>CAPITULO V: RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN</b>  |     |
| 5.1 Antecedentes .....  | 165 |
| 5.1.2 Aspectos geográficos de Mazatlán Sinaloa.....   | 166 |
| 5.1.3 Turismo e inversión extranjera en Mazatlán.....   | 168 |
| 5.2 Características del turismo residencial en Mazatlán .....   | 171 |
| 5.2.1 Perfil sociodemográfico del turista residencial de origen estadounidense.....                     | 174 |
| 5.3 Discusión de resultados .....   | 178 |
| 5.4 Factores de incidencia en los desplazamientos residenciales de<br>estadounidenses.....              | 179 |
| 5.5 Satisfacción del turista residencial en Mazatlán.....   | 191 |
| 5.6 Ventajas comparativas y competitivas de Mazatlán ante el turismo residencial<br>estadounidense..... | 196 |
| 5.6.1 Ventajas comparativas .....   | 197 |
| 5.6.2 Ventajas competitivas.....  | 201 |
| <br>  |     |
| <b>CONCLUSIONES</b> .....   | 208 |
| <b>REFERENCIAS</b> .....  | 217 |
| <b>ANEXOS</b> .....   | 236 |

## ÍNDICE DE TABLAS:

|   |     |
|---|-----|
| <b>Tabla 1.</b> Evolución por llegadas de turismo internacional .....   | 14  |
| <b>Tabla 2.</b> Turismo Internacional en México por país de procedencia .....   | 21  |
| <b>Tabla 3.</b> Comparativo de tasa de crecimiento de llegadas de turistas<br>estadounidenses: México y competidores<br>..... | 22  |
| <b>Tabla 4.</b> Afluencia Turística a Mazatlán por procedencia 1970-1975.....   | 36  |
| <b>Tabla 5.</b> Conceptos de competitividad desde la perspectiva macroeconómica ...   | 53  |
| <b>Tabla 6.</b> Factores de incidencia en el crecimiento del turismo .....  | 91  |
| <b>Tabla 7.</b> Conceptualizaciones en torno al fenómeno turístico residencial.....   | 98  |
| <b>Tabla 8.</b> Llegadas de turistas estadounidenses a México 2008-2012.....  | 114 |
| <b>Tabla 9.</b> Ingresos percibidos por los beneficiarios de <i>Social Security</i> en el año 2011<br>.....                   | 119 |
| <b>Tabla 10.</b> Edades para recibir beneficios completos del <i>Social Security</i> .....                                    | 120 |
| <b>Tabla 11.</b> Taxonomía de Bloom.....  | 145 |
| <b>Tabla 12.</b> Diseño de la investigación .....   | 147 |
| <b>Tabla 13.</b> Indicadores agrupados a partir de método Delphi.....   | 151 |
| <b>Tabla 14.</b> Consideraciones para el modelo teórico conceptual.....   | 158 |
| <b>Tabla 15.</b> Afluencia Turística a Mazatlán por procedencia 1970-1975.....  | 170 |
| <b>Tabla 16.</b> Rubros de evaluación de los factores de atracción al destino .....   | 184 |
| <b>Tabla 17.</b> Factores determinantes en la elección del destino residencial .....  | 188 |
| <b>Tabla 18.</b> Satisfacción del turista residencial de origen estadounidense .....  | 192 |

### ÍNDICE DE GRÁFICAS:

|   |     |
|---|-----|
| <b>Grafica 1.</b> Principales destinos de turismo residencial .....   | 113 |
| <b>Gráfica 2.</b> Pirámide poblacional de Estados Unidos.....   | 117 |
| <b>Grafica 3.</b> Inversión en el sector turístico .....  | 124 |
| <b>Gráfica 4.</b> Principales municipios de residencia en México de las personas nacidas en EEUU con 50 años o más..... | 173 |

### ÍNDICE DE FIGURAS:

|  |     |
|--|-----|
| <b>Figura 1.</b> Principales Estados con vivienda destinada a extranjeros en México..                            | 30  |
| <b>Figura 2.</b> Modelo diamante de Porter .....   | 75  |
| <b>Figura 3.</b> Modelo de Ritchie y Crouch (2003) .....   | 78  |
| <b>Figura 4.</b> Modelo integrado de la competitividad de un destino turístico .....                             | 82  |
| <b>Figura 5.</b> Proceso de generación del turismo residencial .....   | 104 |
| <b>Figura 6.</b> Principales localidades con vivienda destinada a los extranjeros en México.....                 | 122 |
| <b>Figura 7.</b> Modelo de competitividad para un destino turístico ante el mercado de turismo residencial. .... | 155 |
| <b>Figura 8.</b> Mapa de accesibilidad a Sinaloa .....   | 167 |
| <b>Figura 9.</b> Procedencia del turista residencial de origen estadounidense.....                               | 180 |



## **INTRODUCCIÓN:**

En el presente estudio doctoral, se plantea como objetivo primordial "determinar los factores que inciden en la competitividad de un destino turístico, ante el mercado de turismo residencial en Mazatlán, Sinaloa como estudio de caso.

Se considera que el contenido de esta investigación, será útil no solo para los estudiosos del tema de competitividad turística en el ámbito académico, sino también para aquellos agentes involucrados en la actividad turística en el país. En el ámbito público, para la planificación de la política turística que permitan maximizar los beneficios generados por este segmento de mercado, al tiempo de favorecer la competitividad de los destinos turísticos; y en el privado, para la consolidación de una oferta turística especializada, la realización de inversiones canalizadas con base al conocimiento de las características específicas y requerimiento del mercado de turismo residencial.

En concordancia con lo anterior, el documento está dividido en cinco capítulos. El capítulo uno establece el contexto, planteamiento y descripción del problema, se hace una revisión de las estadísticas de las variables de análisis; turismo y competitividad, con el fin de dilucidar la importancia que ha cobrado el sector turístico para diversas naciones, y la problemática que enfrentan los destinos por competir en un mercado global. A su vez, se justifica la importancia que tiene la investigación, y se plantean los objetivos y preguntas que guiaron el estudio.

En el capítulo dos se revisan diversos aportes conceptuales que se han gestado en torno una de las variables de análisis: la competitividad. Se revisan las principales perspectivas sobre las que recaen los estudios de competitividad ya sean macro y micro económicas, se describen las aportaciones de diversos autores que han orientado este concepto al sector servicios, específicamente la competitividad en el turismo, así, como las metodologías desarrolladas para la evaluación de la competitividad de destinos turísticos, y finalmente se hace un análisis de los principales modelos de competitividad turística.

En el capítulo tres se analiza la evolución de los desplazamientos turísticos, que han dado emergencia a diversos segmentos, entre ellos el de turismo residencial. Se discute la conceptualización del fenómeno residencial, ya que por sus características, algunos autores lo han denominado un fenómeno turístico y otros lo han equiparado con desplazamientos migratorios. Se analiza la situación del turismo residencial de origen estadounidense que conforma la población de estudio, además, se revisan sus características sociales, económicas y demográficas que inciden en sus viajes al exterior con fines residenciales. Finalmente, a partir de algunos estudios realizados en diversos contextos, incluido el mexicano, se establecen las características particulares y motivaciones del turismo residencial.

En el capítulo cuatro se describe la propuesta metodológica utilizada con base en un enfoque mixto. A partir de la revisión de la literatura integrada en el marco teórico, se establece un modelo teórico conceptual para la evaluación de la

competitividad de destinos turísticos ante el mercado de turismo residencial. Para la comprensión de dicho modelo, la propuesta se esquematiza y permite visualizar de manera eficaz la estructura que se propone mediante el establecimiento de cinco dimensiones que integran un modelo existente de competitividad de destinos turísticos, y la incorporación de 39 indicadores subjetivos que permiten el análisis cualitativo a partir de encuestas de satisfacción del turista residencial. Dicho modelo se establece para su aplicación empírica en un destino particular, para el caso que nos ocupa, el puerto de Mazatlán, Sinaloa, México, y la identificación de ventajas comparativas y competitivas a partir de los resultados obtenidos.

En el capítulo cinco se estudia el contexto geográfico donde se realiza el estudio empírico del fenómeno turístico residencial de estadounidenses, la localidad de Mazatlán, Sinaloa. Se analiza el proceso evolutivo del turismo de origen estadounidense en el destino, su perfil socioeconómico y demográfico, así como los principales resultados empíricos, en relación con los factores que inciden en sus desplazamientos residenciales y su satisfacción al interior del destino; e igualmente, se discuten las principales ventajas comparativas y competitivas que presenta el puerto ante el mercado de turismo residencial estadounidense. Finalmente, se presentan las conclusiones del estudio, y se establecen temas que se consideran pertinentes para futuras investigaciones académicas.

# CAPÍTULO I

## CONTEXTUALIZANDO EL PROBLEMA

### 1.- Contexto del problema

En el contexto turístico mundial existe un mercado de destinos turísticos que han agregado valor a su oferta al especializarse en determinados segmentos, logrando satisfacer las expectativas del turista y su fidelidad al destino. No obstante, hay otros que se han quedado rezagados sin saber qué dirección tomar para ser competitivos, debido a que se enfocan en los mercados tradicionales, sin dirigirse a algún segmento potencial, continúan operando en esquemas de planificación agotados, copiando modelos que no corresponden a su realidad. En este capítulo se revisará el panorama en que se suscita esta situación y los objetivos que orientan el presente estudio.

#### 1.1- Turismo mundial

A fin de comprender la importancia que ha cobrado el fenómeno turístico en diversas naciones a nivel global, y para el caso específico de México, resulta relevante como punto de partida analizar las estadísticas desprendidas por esta actividad socioeconómica. Tomando como inicio un suceso que ha permitido establecer el registro histórico de la industria de los viajes, como lo fue la aparición

de la Organización Mundial del Turismo<sup>1</sup> (OMT), institución encargada de regionalizar<sup>2</sup> el mapa mundial con el fin de conocer el comportamiento del sector turístico, tomando como variables el número de llegadas y las divisas generadas por turismo en cada país, evaluándolos en función de su participación en cada rubro.

En consideración a los registros emitidos por la OMT, se constata que el turismo internacional ha evolucionado gradualmente a través de diversos contextos políticos, económicos, sociales y tecnológicos en los que se ha desarrollado, experimentando una expansión y diversificación continuas y presentando un gran crecimiento respecto al volumen de llegadas. En este orden de ideas, en 1950 se registraron 25 millones de llegadas por turismo; en 1980 fueron 278 millones, cifra que se duplicó en 1995 alcanzando los 527 millones y los 1.133 millones en 2014<sup>3</sup> (UNWTO, 2015). El ritmo de crecimiento fue distinto en cada una de las cinco regiones en las que se dividió al mundo, como es el caso del sector Asia Pacífico con una participación extraordinaria por el rápido avance de China, que además de ocupar el tercer lugar en llegadas turísticas, es el principal país emisor de turismo con una participación del 9.5% del gasto total

---

<sup>1</sup> La Organización Mundial del Turismo surgió en 1975 como el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

<sup>2</sup> De acuerdo con la clasificación de la OMT, son cinco regiones: Américas, África, Europa, Asia y el Pacífico y Oriente Medio.

<sup>3</sup> La tendencia apunta que para 2020 las llegadas por turismo serán 1,561 millones y 1,897 millones para 2030 (Pearce, Butler, 2010).

mundial, seguido por Alemania y Estados Unidos con un 7.8% cada uno. En la **tabla 1**, se muestra la tendencia del número de llegadas por turismo en cada una de las regiones, siendo Europa la de mejores cifras, seguido por las Américas, que hasta entrado el siglo XXI ocupaba la segunda posición. Empero, en la última década se da un notorio avance de la región de Asia-Pacífico que le ha permitido ubicarse detrás de Europa en orden de importancia por llegadas de turismo.

**Tabla 1.- Evolución por llegadas de turismo internacional**

|         | Europa | Américas | Asia/Pacífico | África | Middle East | World  |
|---------|--------|----------|---------------|--------|-------------|--------|
| 1990    | 261.5  | 92.8     | 55.8          | 14.7   | 9.6         | 434.4  |
| % mundo | 60     | 21       | 13            | 3      | 2           | 100    |
| 1995    | 304.7  | 109.1    | 82.1          | 18.7   | 12.7        | 527.3  |
| % mundo | 58     | 21       | 16            | 4      | 2           | 100    |
| 2000    | 386.4  | 128.2    | 110.3         | 26.2   | 2.4         | 673.8  |
| % mundo | 57     | 19       | 16            | 4      | 3           | 100    |
| 2005    | 453.0  | 133.3    | 154.0         | 34.8   | 33.7        | 808.8  |
| % mundo | 56     | 16       | 19            | 4      | 4           | 100    |
| 2010    | 488.9  | 150.1    | 205.4         | 49.5   | 54.7        | 948.6  |
| % mundo | 52     | 16       | 22            | 5      | 6           | 100    |
| 2014    | 581.8  | 181.0    | 263.3         | 55.7   | 51.0        | 1133.0 |
| % mundo | 51.4   | 16.0     | 23.2          | 4.9    | 4.5         | 100    |
| 2030    | 799.9  | 309.8    | 546.5         | 101.8  | 158.9       | 1897.0 |
| % mundo | 42     | 16       | 29            | 5      | 8           | 100    |

Fuente: Elaboración propia con base en UNTWO (2015).

Además del crecimiento en número de llegadas, el fenómeno del turismo ha cobrado relevancia para diversas naciones, por el peso socio-económico que representa a nivel global. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo –WTTC por sus siglas en inglés- señala que el sector turístico constituye el 9.8% del producto interno bruto mundial (PIB) con un total de 7.6 trillones de dólares y ofrece 105

millones de empleos directos y otros 172 millones indirectos. Lo que significa que genera uno de cada once puestos de trabajo en el mundo (WTTC, 2015).

La OMT señala que el volumen de negocios en turismo supera al de la industria automotriz y que los viajes y el transporte de pasajeros internacionales representan el 30% de las exportaciones de servicios a escala mundial y el 6% de las exportaciones, por detrás de combustibles, productos químicos y alimentación, con una cifra récord de 1.5 billones de dólares (UNTWO, 2015). La misma organización afirma que la expansión del fenómeno turístico en las últimas décadas continuará hasta convertirse en el sector comercial más relevante del mundo. Esto conlleva, como señalan Mara y Varzin (2008), un aumento de la presión competitiva entre diversos destinos turísticos en el mundo. La mejora de la competitividad aparece, por tanto, como uno de los objetivos principales de la política turística actual de múltiples naciones.

Ante el panorama favorecedor que presenta el sector turístico a nivel mundial y considerando el potencial que representa en los núcleos receptores para la diversificación y desarrollo de sus economías, algunos países, regiones, y municipios han apostado decididamente por consolidarse como destinos turísticos. Un destino turístico se entiende como:

“Espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a

turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles, dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral” (Valls, 1998).

En este contexto, se están definiendo nuevos actores entre los principales países receptores de turismo a nivel mundial, como consecuencia de la aplicación de avances en tecnologías de la información y comunicación en el desarrollo e innovación de productos y servicios para resaltar sus ventajas comparativas<sup>4</sup>, así como la transición de las motivaciones o preferencias de los turistas que tienden a alejarse de las actividades turísticas tradicionales en beneficio de un turismo consciente, basado en el descubrimiento de nuevas sensaciones y experiencias a través de los viajes. Lo anterior ha repercutido favorablemente en la emergencia de diversos destinos en el mundo, como los de la región Asia Pacífico: Tailandia y Malasia que, con base al aprovechamiento de sus ventajas competitivas, se han posicionado en el mercado turístico internacional.

---

<sup>4</sup> Ritchie y Crouch (1999) introdujeron la teoría de la ventaja comparativa y de la ventaja competitiva en destinos turísticos. La ventaja comparativa hace referencia a los factores de los que está dotado el destino turístico, sean estos factores los que ocurren de forma natural y aquellos que han sido creados. La ventaja competitiva se refiere a la capacidad que tiene un destino turístico para utilizar sus recursos de forma eficiente a mediano y largo plazo.



## **1.2- Turismo Internacional en México**

México, es uno de los países que ha priorizado su política en el desarrollo del sector turístico. A decir de Ramírez y Osorio (2006), la llegada de turistas extranjeros hacia México se ha visto motivada por la oferta del producto principal de sol y playa. En un principio, se concentró en torno a destinos tradicionales como Acapulco, que se volvió por años el paradigma del modelo turístico nacional, y posteriormente por destinos producto de los proyectos oficiales promovidos desde la década de los setenta, conocidos como los Centros Integralmente Planeados. En específico, en el primer Plan Nacional de Turismo de 1963 se definieron las bases para el desarrollo de grandes centros de playa para impulsar el modelo de sol y playa; de ahí que solo se ubicasen en zonas costeras.

Las decisiones en torno a la política con la que se planifica el turismo en México han favorecido la expansión del modelo tradicional que privilegia una alta especialización y uniformización del producto turístico, y han repercutido en la pérdida de competitividad turística del país al carecer de una oferta diversificada, y con ello provocar el estancamiento en los flujos de turistas y un retroceso de la actividad. Dicho retroceso se refleja en los datos emitidos por la Organización Mundial del Turismo (OMT): en el año 2000 el país ocupaba la séptima posición en llegadas y duodécimo en ingresos, mientras que para 2012 el país se ubicó en el lugar número trece en arribo de turistas internacionales y vigesimocuarto lugar en captación de divisas (UNTWO, 2013). Tal situación hizo que se redireccionara la política en cuestión turística en México, realizándose una regionalización distinta

del mapa turístico con el diseño de siete programas: México norte; mundo maya; ruta de los dioses; tesoros coloniales; en el corazón de México; centros de playa; y Mar de Cortes, Barrancas del Cobre, con el fin de aprovechar las ventajas territoriales y ampliar los segmentos de mercados.

En relación con la competitividad a nivel mundial, México ocupa la posición número 57 de una lista de 140 países en el índice de competitividad mundial (SCHWAB y WEF, 2015), el cual mide la capacidad de una nación para lograr un crecimiento económico sostenido en el mediano plazo, basándose en más de 110 indicadores, considerando a la competitividad como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de la productividad de un país, evaluándolos en 12 pilares: 1) instituciones, 2) infraestructura, 3) ambiente macroeconómico, 4) salud y educación básica, 5) educación superior y capacitación, 6) eficiencia del mercado de bienes, 7) eficiencia del mercado laboral, 8) desarrollo del mercado financiero, 9) preparación tecnológica, 10) tamaño del mercado, 11) sofisticación de los negocios y 12) innovación.

Entre los principales indicadores que representan una oportunidad para diseñar estrategias distintas, se encuentran: el mal desempeño del país en el criterio de "costos del crimen y violencia", donde ocupa la posición 135; la presencia del "crimen organizado" en el lugar 136, y la "calidad en las ciencias educativas y matemáticas" en el lugar 126 (SCHWAB y WEF, 2015). Por otro lado, en el índice de competitividad de viajes y turismo se posiciona de manera

favorable, ocupando el lugar 30 de 141 naciones. Las fortalezas de México en turismo de acuerdo a este índice son: la cantidad de "recursos naturales", donde ocupa la posición cuatro; la categoría de "recursos culturales y viajes de negocios", donde se encuentra en la posición décima; y en la "priorización" que tiene el sector (considera el gasto gubernamental en turismo, recolección de datos sectoriales y rapidez de los trámites), obtiene el lugar número 32 (WEF, 2015).

Si bien, el país cuenta con recursos naturales y culturales aprovechables para competir turísticamente a nivel mundial, resulta primordial reorientar la gestión y planificación turística en vías de maximizar las divisas generadas por dicha actividad, beneficiar a las sociedades que habitan en los núcleos receptores, y, a su vez, favorecer el cuidado del medio ambiente natural y cultural. En el Programa Sectorial de Turismo, impulsado por el gobierno federal mexicano y como parte del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, se plantean cuatro líneas estratégicas para el sector. La primera es el ordenamiento y transformación sectorial para promover una amplia y eficaz coordinación con los diferentes órdenes de Gobierno; la segunda estrategia es la innovación y competitividad para concentrar los esfuerzos en consolidar los destinos existentes, aprovechar sus fortalezas en infraestructura, conectividad, tecnología y personal calificado para revitalizarlos y asegurar su competitividad en los mercados mundiales. La tercera es el fomento a la inversión y promoción para facilitar a los empresarios y emprendedores la realización de sus proyectos e iniciativas que promuevan el crecimiento del sector y a la diversificación de mercados. La cuarta estrategia es la sustentabilidad y beneficio social, cuyo fin es preservar el patrimonio natural,

histórico y cultural del país (PNPST, 2013). Así mismo, se plantean cinco objetivos: 1) transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico; 2) fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística; 3) facilitar el financiamiento y la inversión público–privada en proyectos con potencial turístico; 4) impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector; y 5) fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras (PNPST, 2013). Empero, se requiere del estudio y conocimiento de algunos axiomas preconcebidos en el quehacer político del sector en México, como es el caso de la competitividad, que se ha entendido a través del total de llegadas de turistas y su derrama, dejando de lado otros aspectos como la sustentabilidad y valor agregado de los destinos, entre otros. Este contexto permite entender el accionar del turismo en México que lo ha rezagado en un ambiente de competencia global en el escenario de la industria de los viajes.

A pesar del panorama desfavorable que presenta el turismo en México una vez iniciado el siglo XXI, las autoridades mexicanas reconocen la importancia económica que tiene esta actividad para el país. Durante el año 2014 se registraron más de 29 millones de llegadas, mismas que generaron una derrama que superó los 177,240 millones de dólares (UNTWO, 2015), aportando el 8.7% del PIB nacional, y generando más de 2 millones de empleos directos; soportado en una industria que cuenta con más de 18,000 hoteles, 672,000 cuartos y 58 aeropuertos internacionales (SIIMT, 2015).

En lo que respecta a la demanda turística del país, el 80% es de origen nacional y 20% internacional, sin embargo, en el renglón de ingresos, la situación es a la inversa: de acuerdo con Madrid (2012) el segmento de extranjeros representa la mayor parte del gasto turístico para el país con casi el 80% del total, también predomina el mercado de Estados Unidos y Canadá en la procedencia de la demanda del turismo de internación hacia México, a la vez que Colombia tiene un crecimiento muy significativo a partir del año 2012, tal como se puede observar en la **Tabla 2**.

**Tabla 2.- Turismo Internacional en México por país de procedencia**

|                  | 2012       | 2013       | 2014       | Var%   | Var%  |
|------------------|------------|------------|------------|--------|-------|
| RANKING          | Anual      | Anual      | Anual      | 14/12  | 14/13 |
| TOTAL            | 10,804,767 | 11,774,184 | 12,919,217 | 19.6%  | 9.7%  |
| PAISES           |            |            |            |        |       |
| 1 ESTADOS UNIDOS | 5,941,911  | 6,479,040  | 7,164,374  | 20.6%  | 10.6% |
| 2 CANADÁ         | 1,571,543  | 1,599,425  | 1,676,681  | 6.7%   | 4.8%  |
| 3 REINO UNIDO    | 363,142    | 414,039    | 458,932    | 26.4%  | 10.8% |
| 4 COLOMBIA       | 163,725    | 262,653    | 328,213    | 100.5% | 25.0% |
| 5 ESPAÑA         | 278,812    | 282,255    | 310,123    | 11.2%  | 9.9%  |

Fuente: Elaboración propia con base en SIOM del Instituto Nacional de migración y SIIMT (2015).

Diversos factores han favorecido la llegada del turismo internacional a México, principalmente de procedencia estadounidense; las mejoras que han experimentado los medios de transporte y comunicación, los cuales han reducido significativamente el tiempo y el costo de los desplazamientos, asimismo, las condiciones económicas, geográficas, demográficas, políticas, ambientales, y los atractivos turísticos<sup>5</sup> con los que cuenta el país. De acuerdo con datos del sistema de inteligencia de mercados del sistema turístico en México, al cierre del año 2014 se registraron 7.1 millones de viajeros de origen estadounidense (44% de los cuales fluctúan entre los 35 y 54 años de edad, y el 21% con más de 55 años) (SIIMT, 2015). No obstante, al comparar a México con otros destinos que participan en ese mercado, se observa que la tasa media de crecimiento anual de captación de turistas estadounidenses en los últimos siete años fue de 9.5%, mientras Jamaica y República Dominicana tienen variaciones importantes (véase **Tabla 3**).

**Tabla 3.- Comparativo de tasa de crecimiento de llegadas de turistas estadounidenses: México y competidores**

| Destino               | Llegadas  | Llegadas  | Variación   | Variación   |
|-----------------------|-----------|-----------|-------------|-------------|
|                       | 2014      | 2015      | (2015/2014) | (2014/2013) |
| México <sup>(1)</sup> | 7,164,374 | 2,161,685 | 9.5         | 10.6        |
| Hawái <sup>(1)</sup>  | 4,976,426 | 1,672,783 | 5.7         | 1.3         |

<sup>5</sup>Un clima en general benigno en la mayor parte de su extensión territorial; hermosas playas en ambos litorales con adecuada infraestructura hotelera; pueblos y ciudades de gran belleza; patrimonio arqueológico; arte virreinal; manifestaciones de cultura vernácula; gastronomía de fama mundial y un pueblo que se caracteriza por la cordialidad y hospitalidad (Ceballos Lascuráin, 1998).

|                                     |           |         |      |      |
|-------------------------------------|-----------|---------|------|------|
| República Dominicana <sup>(1)</sup> | 1,784,486 | 832,632 | 13.0 | 12.4 |
| Costa Rica <sup>(2)</sup>           | 997,262   | 323,087 | 5.0  | 7.3  |
| Jamaica <sup>(2)</sup>              | 1,296,457 | 445,105 | 9.1  | 2.0  |
| Bahamas <sup>(2)</sup>              | 1,102,449 |         |      | 3.4  |
| Bermudas <sup>(1)</sup>             | 159,326   | 18,283  | -7.0 | -6.9 |

Fuente: Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos(simt,2015)<sup>6</sup>

A través del análisis del panorama turístico en México, se aprecian una serie de altibajos en la actividad, consecuencia de factores endógenos y exógenos. A partir del primer Plan Nacional de Turismo, de 1963, donde se definieron las bases para el desarrollo de grandes proyectos turísticos en los Centros Integralmente Planeados (CIP's), la política turística mexicana ha mantenido prácticamente la misma dinámica de impulso al modelo de sol y playa. A pesar de ello, en la década de los 80's, surge el interés por el estudio de otras modalidades de alojamiento, así como de diversos segmentos del turismo mexicano. Hoy, el turismo cultural y el ecoturismo forman parte al menos en el discurso de la agenda oficial, así como la modalidad del turismo residencial o "de segundas residencias". Este último, es el segmento al que se aboca el presente estudio.

<sup>6</sup> (1) llegadas (2) arribos de turistas.

### 1.3- Contexto del Turismo Residencial Internacional

El turismo residencial surge como una de las alternativas para fortalecer la oferta al turismo industrial de paquetes de hotel, sol y playa (Aledo, Mazón, Mantecón, 2007). El surgimiento del turismo residencial<sup>7</sup> en la Europa Mediterránea está asociado a procesos macro-sociales tales como el desarrollo de un potente Estado de bienestar europeo, y el envejecimiento de la población de ese continente. Un tercer factor que incidió en la aparición de este fenómeno, fue el crecimiento urbanístico en la Costa del Sol (España) que contribuyó al aumento del número de viviendas de uso turístico desde la década de los setenta<sup>8</sup> (Mazón, Huete, Mantecón, 2009). Para el caso del viejo continente se estima que entre 10 y 15 por ciento del total de las viviendas, pertenecen al segmento de segundas residencias (Hiernaux, 2010).

Huete (2008) señala que la demanda de las viviendas de turismo residencial en España tradicionalmente proviene del mercado nacional –centro y norte de España-. A decir de la autora, el desarrollo económico experimentado por la sociedad española en las últimas dos décadas posibilitó la compra de una

---

<sup>7</sup>La expresión «turismo residencial» fue incorporada a la literatura por Francisco Jurado en su libro de 1979 *España en venta: compra de suelo por extranjeros y colonización de campesinos en la Costa del Sol*. El autor se servía de este término para explicar y criticar los cambios sociales que tenían lugar en Mijas (Málaga) en la década de los años setenta a causa de la venta de suelo agrícola, propiedad de campesinos, a empresarios urbanizadores.

<sup>8</sup>Durante la década de los setenta, se dieron grandes inversiones por parte de compañías alemanas que compraron grandes extensiones en la costa para urbanización y venta de segundas residencias.



segunda vivienda a un segmento importante de la población<sup>9</sup>. Además, La Costa del Sol se caracteriza por recibir una alta proporción de turistas residenciales procedentes de Europa Occidental; Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido, Suecia, Islandia, Noruega y Suiza, siendo notable la presencia de turistas mayores retirados, algunos de los cuales viven durante temporadas más o menos largas incluso de forma parcial, o semipermanente (Mazón, et al. 2009).

El rápido crecimiento que han registrado los viajes residenciales a nivel internacional ha despertado el interés en el sector académico por investigar sobre este fenómeno. En esta labor, han surgido diversas conceptualizaciones; *Second Homes* (Hall, 2007), Turismo Residencial Internacional (Aledo y Mazón, 2005), Nuevo Turismo Residencial (Aledo, 2008), Turismo Residencial de Retiro (Rodríguez, 2002), Migración Internacional de Retiro (Wiseman, 1980), Turismo de Segundas Residencias (Hiemaux, 2010), Transmigración placentera (Lizárraga, 2011), o bien como *Lifestyle migration* (O'Reilly, 2001). Si bien, el análisis, discusiones y limitaciones sobre las conceptualizaciones del fenómeno residencial se desarrollarán en el marco teórico del presente estudio, cabe indicar que cada una de las denominaciones señaladas arriba se ha realizado desde diversas perspectivas y en distintos contextos geográficos, económicos, sociales, políticos,

---

<sup>9</sup>Se trata principalmente de jubilados que pueden acceder a una vivienda de calidad y mantener un estilo de vida bastante parecido al turístico.

y ambientales, por ello las realidades estudiadas difieren unas de otras. No obstante, la mayoría coinciden en definirlo a partir de cuatro postulados básicos 1) los desplazamientos de personas afuera de su país de residencia habitual por una duración inferior a doce meses consecutivos, 2) la llegada a un destino turístico cuales sean sus características destinos culturales, montaña, playa, 3) su alojamiento en una vivienda propia o rentada y no en el tradicional alojamiento hotelero, 4) motivados principalmente por el disfrute del ocio, vacaciones y la búsqueda de mayor calidad de vida en el destino escogido, considerando entonces estos elementos como referentes del turismo residencial internacional.

El turismo residencial es un fenómeno relacionado con las nuevas formas de movilidad, residencialidad y ocio, propias de la posmodernidad tardía y de la globalización, protagonizado principalmente por personas jubiladas procedentes de países desarrollados. A menudo se trata de personas de origen europeo o norteamericano –estadounidenses y canadienses- quienes se desplazan hacia ‘el sur’ en busca de un estilo de vida más relajado, menor costo de vida, mejor clima, etc. Se trata de personas que, una vez finalizado su ciclo productivo, buscan nuevos asentamientos en climas cálidos y benignos para poder disfrutar una mejor calidad en su vida cotidiana.

Para la Organización Mundial del Turismo, entre los factores que determinan el crecimiento del turismo a largo plazo, hay algunos que tendrán incidencia en el desarrollo del turismo residencial, como los factores demográficos:

la tendencia al envejecimiento de la población, sobre todo en los países desarrollados, y el anticipo a la edad de jubilación. Los factores económicos; las buenas perspectivas en términos de crecimiento de la renta personal disponible; entre los cambios político y de legislación, la liberación del transporte aéreo y los cambios en las regulaciones medioambientales; y entre los factores sociales, el incremento del interés por otras culturas y el respeto por el medio ambiente natural.

Considerando que el principal segmento de mercado del turismo residencial lo conforman las personas jubiladas o próximas a hacerlo, quienes se identifican en el grupo de personas "adultos mayores", resulta oportuno señalar que las tendencias demográficas apuntan a fortalecer esta dinámica de viajes. Magnus (2011) menciona que en la actualidad las personas por encima de 60 años representan el 10 por ciento de la población mundial, con 673 millones, y para el año 2050 se espera un aumento de este grupo hasta los 2,000 millones cifra que representará el 22 por ciento del total mundial.

### **1.3.1-Contexto del Turismo residencial en México**

En la actualidad, la dinámica residencial es notoria en áreas turísticas cercanas a los países desarrollados. La demanda del mercado norteamericano -estadounidense y canadiense- se presenta en naciones de clima cálido como Costa Rica, Panamá, Guatemala, Colombia, Brasil o Argentina, pero sobre todo en México debido a su cercanía geográfica dentro del bloque de Norteamérica y a su

antecedente como principal destino receptor de turistas procedentes de Estados Unidos y Canadá.

Con base en la revisión de la escasa literatura dedicada al estudio del turismo residencial internacional en México, se identifican algunos antecedentes turísticos de los norteamericanos que incrementarían paulatinamente hasta consolidar al país como uno de los principales destinos residenciales de los anglosajones. En este orden de ideas, algunos destinos del centro de México – Chapala y San Miguel de Allende- hacia los años sesenta y setenta ya manifestaban el fenómeno turístico residencial principalmente por parte de estadounidenses y, en menor cantidad, canadienses en edad madura (Jiménez, Sosa, 2010), además de Acapulco, donde tempranamente y en los albores del *boom* turístico se instalaron estrellas del cine y destacados personajes de la farándula (Hiernaux, 2010). A pesar de estos referentes, es complicado señalar cifras sobre las llegadas de turistas residenciales norteamericanos a través de los años, debido a la falta de estadísticas que muestren: a) el movimiento sistemático de personas a través de las fronteras, b) cifras de llegadas por segmentos de turismo y no generalizadas, c) la dinámica entre turismo y migración, y d) las viviendas de uso turístico o segunda residencia; estos y otros factores han impedido construir una estimación precisa del contexto y la magnitud actual del fenómeno.

Una forma de monitoreo de la magnitud del turismo residencial en México, se remite a los nuevos desarrollos inmobiliarios para extranjeros, principalmente

en los destinos cercanos a las costas del pacífico: Baja California, Sonora, Sinaloa, Nayarit, Jalisco, Colima y Guerrero, así como en Quintana Roo en el Caribe (BBVA, 2007) (véase **Figura 1**). A pesar de las restricciones marcadas en la Constitución Mexicana, relacionadas con la adquisición de viviendas por extranjeros a la orilla del mar, la Secretaría de Relaciones Exteriores señala que entre los años 2000 y 2008, casi 37,000 propiedades fueron compradas en zonas restringidas del país –comprende 100 kilómetros de la frontera y 50 kilómetros de la costa- y para el año 2009 se estimó que los extranjeros compraron alrededor de 5,200 propiedades, lo que equivale a un total de 42,000 propiedades cercanas al mar, durante el periodo 2000-2009 (Kiy y Mc Enany, 2010). Ante este contexto, resulta evidente la preferencia de los extranjeros por las zonas costeras del país, donde se aglutina una parte importante del turismo de residencias.

*“el contexto nacional mexicano se encuentra dentro del impulso que experimenta el turismo de segunda residencia en el Gran Caribe. El periodista A. Noriega cita a la consultora Irea para comentar que México está entre los primeros cinco destinos en el mundo, por las inversiones en turismo inmobiliario y recibe la tercera parte de las inversiones en América Latina y el Caribe” (Jiménez, 2010).*

**Figura 1.- Principales Estados con vivienda destinada a extranjeros en México**



Fuente: Montaudon (2008).

A decir de Aguilar (2009), en México hay por lo menos un millón de estadounidenses residiendo parcialmente, estas personas tienen una edad promedio de 68 años, y se prevé la llegada de 5 millones de *baby boomers* – generación nacida en la postguerra entre 1946-1964 en Estados Unidos- en los próximos diez años, quienes elegirán al país para pasar su retiro, requiriendo vivienda residencial para adultos mayores, con instalaciones de cuidado básico personal y de salud, y atención especializada en cuidado médico prolongado para cubrir las necesidades de consumo, recreación y esparcimiento (AMAR, 2009).

El crecimiento y la tendencia favorable que presenta el turismo residencial de estadounidenses en México se puede explicar por una combinación de factores económicos, geográficos, climáticos culturales y demográficos en ambos países. Entre los factores económicos encontramos: a) la plusvalía que adquieren sus

pensiones en nuestro país, b) el elevado costo de las propiedades en Estados Unidos, debido a los excesivos precios en que se ofertan las viviendas en los estados con climas benignos, y c) el alto costo de los servicios médicos que afecta directamente al encarecimiento de su vida cotidiana. En lo social, el estilo de vida relajado que pueden llevar en el destino turístico y lo amigable de los residentes locales les resulta atractivo, por lo que muchos estadounidenses con residencia en los destinos turísticos de México establecen fuertes lazos de amistad e incluso maritales con personas de nacionalidad mexicana (Lizárraga, 2011).

En referencia a la situación geográfica que guarda México respecto al mercado estadounidense, cabe destacar que dentro del abanico de destinos turísticos residenciales los norteamericanos eligen aquellos que se encuentren respectivamente cerca de sus contextos sociales. En cuestiones demográficas, la ancianidad en que se encuentra gran parte de la población estadounidense, incide en la intensificación de los viajes residenciales particularmente de la generación del *baby boom* hacia el extranjero.

Entre los cambios demográficos en Estados Unidos que dan explicación a la situación actual del envejecimiento en su población se identifica la explosión de nacimientos en la postguerra en la década de los cincuenta del siglo XX, que dio vida a la generación "*baby boomers*". Aunque el termino puede ser usado para referirse a una generación a nivel global, se utiliza mayormente para describir a los nacidos en Estados Unidos, por el tamaño relativo de su población (BBVA, 2012).

A pesar del potencial que representa el turismo residencial de estadounidenses para México, es escasa la literatura existente sobre este segmento de turistas. Esta situación es reflejo de la poca investigación que se realiza en el país en torno al fenómeno turístico cual sea su forma, sumado al énfasis hacia las investigaciones del turismo tradicional. Ramírez y Osorio (2006) señalan que resulta arriesgado sostener el flujo turístico solamente sobre la base del turismo internacional de playa y, por ende, se podrían reducir los beneficios que el turismo hace recaer sobre la economía y la población mexicana.

En las últimas dos décadas algunas instancias del sector público, privado y académicos en México han dedicado esfuerzos hacia la investigación del turismo residencial. No obstante, es poca la inversión que se ha canalizado al conocimiento de este mercado. En el año 2005, la Secretaría de Turismo en México realizó una investigación sobre "El turismo de segundas residencias" en el que no solo se considera al turista extranjero, sino se contempla también al nacional, y lo identifica como "aquel segmento del turismo nacional y receptivo, que se aloja en unidades de viviendas propias o rentadas. Se excluyen los tiempos compartidos de este segmento por su comportamiento particular". Uno de cada tres turistas de segundas residencias procede de la Ciudad de México, pero también predominan los turistas internacionales de origen estadounidense. En ese año se identificaba una mayor participación de turistas de segundas residencias del interior del país.



En el año 2008, PROMÉXICO publicó un perfil del turista residencial denominado "second homes" en el que señalaba que la generación de la posguerra nacida en Estados Unidos de Norteamérica conocida como *baby boomers* estaba conformada por individuos nacidos entre 1946 y 1964, y se caracterizaba por presentar mayores niveles de ingreso, mayores tasas de escolaridad, más esperanza de vida, así como menores índices de pobreza que aquellas generaciones que le precedieron. Los *baby boomers* participaban muy activamente en el mercado inmobiliario, la mayoría como propietarios de una residencia principal, y una gran parte de ellos con una segunda residencia, y utilizaban ampliamente los servicios financieros sobre sus propiedades en bienes raíces.

Cabe señalar que el análisis del segmento de adultos mayores en su dinámica de viajes residenciales no es una tarea sencilla, ya que no son un grupo homogéneo en términos de demografía, modos de vivir y salud, o el modelo psicológico, social y conductual. Su heterogeneidad es tan extensa que no hay un consenso general en cuanto a cómo describirlos en la literatura, por tanto se han clasificado con base a generalizaciones, en el mejor de los casos. Existen algunos conceptos que han surgido del estudio de los estadounidenses que realizan viajes al extranjero por largas temporadas, principalmente durante la temporada invernal de su país, tales como *snowbirds*<sup>10</sup> (que toman esa denominación de las aves

---

<sup>10</sup> Estas definiciones se refieren a estudios de las personas mayores a los 50 años, retirados que escapan del invierno, la nieve y el frío para pasar la temporada invernal en sitios geográficos cálidos, con mejores condiciones para la salud y la posibilidad de realizar actividades, además cuentan con los recursos para adquirir una segunda vivienda.

migratorias que viajan en el invierno en búsqueda de un mejor clima), *winter texans*, *sun chasers*, *gray nomads* o *elderly seasonal migrants*, entre otras denominaciones que se han desarrollado principalmente al interior de Estados Unidos.

El conocimiento de los diversos segmentos del turismo internacional – demanda- es determinante para el análisis de los factores explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el mercado internacional y su comprensión permitirá establecer los factores de competitividad encaminados a favorecer el desarrollo turístico en aquellos destinos que las apliquen. Hassan, (2000) señala que la competitividad de un destino turístico es la capacidad para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores, para lo cual se deben definir las estrategias competitivas<sup>11</sup> con las que se buscará posicionarse en el mercado internacional.

#### **1.4- Descripción del Problema.**

Mazatlán, Sinaloa, es un destino turístico tradicional de playa ubicado en el noroeste mexicano que, al igual que otros ubicados en la franja costera del Pacífico, desarrolló el modelo basado en la hotelería, esto es, se concentró en la

---

<sup>11</sup>Estrategias competitivas se entienden como los procesos o acciones que pueden permitir a los destinos turísticos lograr una máxima correlación con la demanda turística.

construcción de establecimientos de hospedaje, que a diferencia de otros sitios, se caracterizó por la inversión local y regional, edificando hoteles de poca altura, de dos o tres pisos (hasta la década de los 80's cuando en el hotel El Cid se construye la torre El Moro, de 28 pisos), además de la creación de espacios dedicados a visitantes que arribaban en casas rodantes para pasar la temporada invernal.

A principios de la década de los 70's hubo mayor participación del turismo extranjero con respecto del turismo nacional y a partir de la apertura de los Centros integralmente planificados en México se manifestó un cambio en el comportamiento de la demanda, impactando drásticamente la conformación del turismo especialmente en los destinos tradicionales.

Las características de la oferta turística fue otro factor determinante en el caso de Mazatlán, entendiéndolas como "El conjunto de productos turísticos y servicios, puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo" (OMT, 2008), la cual Acerenza (2002) clasifica en dos tipos: 1) la oferta primordial y 2) la oferta complementaria. La primera está conformada por los atractivos de sitio y de eventos. Los atractivos de sitio se definen por las condiciones naturales o por los factores de vida y actividad humana existentes en el lugar o en sus alrededores, y constituyen el principal motivo para que el turista lo visite. La oferta complementaria se refiere a las facilidades que se ofrecen y que sirven como soporte para enfatizar los atractivos del lugar, además pueden ser un factor determinante a la hora de que el turista

tome una decisión, a su vez se le suma el factor de acceso que es la transportación (aérea, terrestre, marítima, fluvial). Aun cuando Mazatlán contaba con ciertas ventajas comparativas en la oferta primordial, como el clima, las playas, las fiestas culturales y la hospitalidad de sus habitantes, no había un plan para potenciar sus ventajas comparativas. A esa situación se sumó la inadecuada infraestructura de servicios y la falta de accesibilidad, además del surgimiento de Cancún como atractivo internacional en 1974 para causar una disminución en las llegadas del turismo extranjero, aunque el flujo turístico se recuperó en 1975, con una mayor participación del turismo doméstico. Véase **Tabla 4**.

**Tabla 4. Afluencia Turística a Mazatlán por procedencia 1970-1975**

| PROCEDENCIA | 1970    | 1971    | 1972    | 1973    | 1974    | 1975  |
|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|
| TOTAL       | 395.786 | 567.161 | 669.25  | 778.715 | 911.077 | 467.7 |
| NACIONAL    | 102.528 | 118.907 | 144.238 | 304.886 | 306.8   | 312.8 |
| EXTRANJERA  | 293.258 | 448.254 | 525.012 | 473.829 | 604.277 | 154.9 |

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (1986).

Aunque el producto turístico de Mazatlán estaba enfocado al turismo de vacaciones en sol y playa, modelo prevaleciente en el país, el turismo residencial se vino desarrollando de manera espontánea; un creciente número de estadounidenses han encontrado en México una alternativa atractiva para residir de manera temporal. De acuerdo al Departamento de Estado de Estados Unidos, se estima que más de 6.5 millones de nacionales viven fuera de ese país, de los

cuales 20%, esto es 1.2 millones, residen en México (U.S. Department of State, 2014).

"Según registros de la Delegación Regional del Instituto Nacional de Migración de Mazatlán, en Sinaloa hay 8 mil 419 residentes extranjeros que año con año renuevan sus permisos. De ellos, 6 mil 68 viven en Mazatlán. Aunque la mayor parte de los residentes extranjeros de Sinaloa son estadounidenses, 3 mil 816, los hay de 85 nacionalidades diferentes. En segundo lugar están los canadienses, con mil 87 y hay 432 chinos, para ocupar el tercer lugar".

Entre los más de 6 mil "extranjeros mazatlecos", hay quienes rentan casas o departamentos, pero durante el "boom" inmobiliario, de fines de 2006 hasta finales de 2007, se vendieron mil 135 unidades a los residentes de otros países, ya sea casas o condominios, lo que da un aproximado de 94 unidades compradas al mes, según informes de la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (Gómez, 2008).

Según Nava (2013), en la década de los 90's el destino perdió presencia en el mercado extranjero debido a varias causas, entre ellas: 1) la falta de integración al nuevo modelo de desarrollo económico que se empezó a conformar a principios de los 80's; 2) los grupos empresariales del sector fueron incapaces de impulsar estrategias de renovación y adaptación tanto del nuevo modelo económico como de las tendencias de la industria mundial; 3) las decisiones y las políticas del

gobierno estatal y municipal no fueron las más acertadas para la renovación y desarrollo de la industria; y 4) la población mazatleca no desarrolló una cultura laboral y cívica que fortaleciera la actividad.

Durante el sexenio 2005-2010 se creó un instrumento para direccionar el sector turístico de Sinaloa con una perspectiva al año 2015, denominado Plan Avante, en el que se elaboró un diagnóstico completo del Estado para identificar sus potencialidades y problemas, seleccionando una estrategia del producto turístico focalizada en tres líneas: 1) Turismo, como actividad de ocio basada en estancias de más de una pernoctación en establecimientos turísticos. 2) Negocios, como actividad profesional, basada en la elección del lugar frente a otras opciones. Se excluye el viaje obligado de negocios, y 3) Turismo residencial, como actividad de ocio relacionada con la propiedad de los lugares donde se realiza la estancia (villas, apartamentos, etc.) y no como residencia habitual y permanente (Plan Avante, 2005). Esta sería la primera ocasión en la que se toma en cuenta al turismo residencial dentro de la política turística estatal; sin embargo, los productos definidos para este segmento turístico se enfocaron únicamente desde la perspectiva de la oferta, en desarrollos inmobiliarios para su venta, y no en un conocimiento de la demanda que permitiera maximizar los beneficios de este segmento de mercado, atribuyendo así la naturaleza del turismo residencial al sector inmobiliario y por ende acentuando su objetivo en la venta de una vivienda. Así lo señala Aledo (2008) desde la perspectiva de la oferta en la que el objeto del turismo residencial no es traer turistas y ofertarles servicios, sino producir suelo urbano, construir viviendas y venderlas. Además, este autor identifica cuatro

operaciones: a) la compra de tierra, b) su transformación en suelo urbano, c) la construcción de viviendas y urbanizaciones, y d) la venta de las mismas. Esta perspectiva resulta reduccionista al situarse solo en la oferta inmobiliaria y no considerar el conocimiento del segmento, es decir, en los factores que inciden en los desplazamientos turísticos residenciales desde la perspectiva de la demanda, es decir, de quienes hacen posible esta dinámica turística. Esa fue la pauta de lo que sucedería en los años subsecuentes. El turismo residencial se había convertido entre 2002 y 2008 en una de las principales opciones de desarrollo para numerosas regiones latinoamericanas y traía promesas de rápido crecimiento económico, de creación de empleo, de llegada de divisas e inversiones extranjeras en el discurso de la política turística neoliberal que buscaba fuertes inversiones inmobiliarias. A su vez, iba a financiar la construcción de las necesarias vías de comunicación físicas, tecnológicas y de acceso, que facilitasen la conexión de estas zonas costeras todavía no desarrolladas con los mercados globales. Esta política dio impulso a la inversión de diversos proyectos residenciales, como Estrella del Mar, que inició en 2006 contemplando 10 edificios con 715 condominios, hoteles de gran turismo y 1,200 casas particulares con una inversión de 400 millones de dólares; en ese mismo año se preveían 50 proyectos turísticos con una inversión de 250 millones de dólares destinados en un 80% a vivienda residencial, cifra que se superó en el 2008 al concentrarse 438.1 millones de dólares. Entre los proyectos de ese año se ubicaron 182 condominios de Torrenza, también de la Isla Amaitlán, con una inversión de \$787'500,000.00 de pesos destinados a la creación de infraestructura y a la construcción y operación de hoteles, condominios, villas, desarrollos habitacionales y urbanos, restaurantes,

instalaciones de comercio, servicios en general y marinas. El proyecto de la Isla se consideró como la primera ciudad turística sustentable modelo en el mundo. Y a la par que la hotelería crecía, en el año 2010 surgió Hydra, un hotel de 500 habitaciones de lujo que contó con una inversión de 500 millones de dólares, y el hotel Riu, con 700 cuartos y una inversión de más de 80 millones de dólares.

Este *boom* inmobiliario tiene sustento en el cambio que se está dando en la política nacional relacionada a las facilidades para la adquisición de una propiedad vacacional. Al respecto, la cámara baja del Congreso a principios del año 2013 votó a favor de que se reduzcan las restricciones que obstaculizan a los extranjeros para comprar propiedades en zonas costeras y fronterizas del país con el fin de erradicar la simulación en la propiedad extranjera en las playas de México y de eliminar a los intermediarios que a través de fideicomisos, sociedades anónimas y prestanombres han lucrado con la prohibición constitucional, modificándose el Artículo 27 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que prohibía que los extranjeros fueran propietarios directos de tierras mexicanas dentro de 50 kilómetros (31 millas) en costa y 100 kilómetros (62 millas) en las fronteras del país. En la Carta Magna se establece que por ser extranjeros, éstos no pueden adquirir bienes inmuebles en la zona restringida, en tanto que en la práctica esta prohibición se evade, al posibilitarse para efectos de la inversión, la constitución de fideicomisos, en los que los bancos fiduciarios figuran como “propietarios” de los bienes adquiridos por los fideicomisarios. Esta situación, ha implicado para los extranjeros, en su carácter de fideicomisarios, tener que enfrentar altos costos derivados de la constitución de los fideicomisos y



de pagos de cuotas diversas por trámites de registro, avalúos, impuestos y permisos previos ante la autoridad gubernamental, quedando la modificación como:

"En una franja de cien kilómetros a lo largo de las fronteras y de cincuenta en las playas, los extranjeros por ningún motivo podrán adquirir el dominio directo sobre las aguas, en el caso de las tierras, podrán adquirirlas cuando sean exclusivamente para uso de vivienda sin fines comerciales, para lo cual deberán convenir con la Secretaría de Relaciones Exteriores en los términos descritos en esta fracción" (Gaceta Parlamentaria, 2013).

Por otro lado, se vivieron cuatro años de bonanza (2004-2007) con el turismo de cruceros procedente de los Estados Unidos, que al igual que otros segmentos turísticos, cayeron por causas endógenas y exógenas, entre ellas, la recesión económica mundial (2007-2009), la pandemia H1N1 (2008), y la inseguridad que se vivió en el puerto por la política del gobierno contra el narcotráfico (2010-2011), entre otras, y la fuerte dependencia en el mercado estadounidense.

El turismo residencial se ha configurado como una alternativa principalmente para destinos turísticos con características de playa, en su búsqueda de reactivarse o diversificarse turísticamente. Sin embargo, las estrategias competitivas de los destinos en torno a este segmento de mercado, han sido endebles ya que se ha enfocado únicamente hacia la construcción y venta de viviendas residenciales, situación que se ha visto reflejada en grandes

desarrollos dedicados al turismo residencial principalmente en las costas del país. Este enfoque hacia la masificación de desarrollos inmobiliarios ha producido una descapitalización ambiental, económica, y sociocultural en aquellas comunidades que han optado de forma monopolística y abusiva por este modelo de desarrollo (Aledo, 2008). Ante este contexto, resulta pertinente abordar el fenómeno turístico residencial desde una perspectiva de la demanda que contemple las motivaciones y necesidades de los actores de esta dinámica al interior de los destinos, a fin de lograr la competitividad del destino y satisfacer a los clientes de manera rentable. El objetivo fundamental de todo destino turístico, como afirma Ejarque (2005) es ser competitivo.

En el caso de Mazatlán, con base en una revisión sobre los planes de desarrollo y estrategias de captación del mercado de turismo residencial, se identifica una falta de conocimiento sobre su perfil, motivaciones, y preferencias. El desconocimiento del mercado de turismo residencial, es notorio ya que el *marketing* del destino se realiza principalmente entre compatriotas, ellos mismos se integran dentro de la sociedad receptora formando sus propias asociaciones y/o comunidades, e incluso son gestores ante el gobierno estatal de asuntos particulares a favor de la sociedad local (Lizárraga, 2008). No obstante la presencia que tienen los turistas residenciales por su participación activa en diversos eventos, no se han estudiado sus motivaciones, su grado de satisfacción, y las amenidades que requieren una vez que residen en el destino a fin de ser competitivos en este segmento de mercado.

En la presente administración gubernamental federal, el presidente de la república ha mandatado como una línea estratégica "Consolidar y potenciar la oferta turística con base en criterios de competitividad, productividad, sustentabilidad y desarrollo regional"; para ello se conformaron foros de consulta y un diagnóstico del sector como bases para la constitución del Plan de Desarrollo Sectorial del Turismo Nacional 2012-2018 (SECTUR, 2013).

## **1.5- Preguntas de Investigación**

¿Cuáles factores determinan la competitividad de Mazatlán, Sinaloa, como destino de sol y playa en el mercado del turismo residencial?

### **Específicas:**

1. ¿Cuáles son las características sociodemográficas del turista residencial de origen estadounidense?
2. ¿Cuáles factores determinan el desplazamiento del turista residencial a un destino de sol y playa (Mazatlán)?
3. ¿Cuáles son los indicadores que permiten evaluar la competitividad de un destino turístico ante el mercado de turismo residencial?
4. ¿Cuál es el grado de satisfacción del turismo residencial respecto a las amenidades del destino y la decisión del traslado hacia (Mazatlán)?
5. ¿Cuáles son las ventajas competitivas y comparativas que inciden en la competitividad de un destino de sol y playa en el segmento de turismo residencial?

## **1.6- Objetivos de Investigación**

### **General:**

Determinar los factores que inciden en la competitividad de Mazatlán, Sinaloa, como destino de sol y playa en el mercado del turismo residencial.

### **Específicos:**

- ▶ Compilar el perfil del turista residencial de origen estadounidense en Mazatlán
- ▶ Identificar los factores que inciden en la decisión del traslado de los turistas residenciales de origen estadounidense hacia Mazatlán.
- ▶ Indagar en el grado de satisfacción del turismo residencial con las amenidades del destino y la decisión del traslado hacia Mazatlán.
- ▶ Identificar las ventajas competitivas y comparativas para la competitividad de destinos turísticos (Mazatlán ante el mercado de turismo residencial).
- ▶ Proponer un modelo conceptual con un sistema de indicadores para evaluar la competitividad de destinos turísticos de sol y playa ante el mercado de turismo residencial.

## 1.7- Justificación

El tema de turismo residencial de origen estadounidense cobra relevancia a partir de la identificación de su aportación económica en los destinos turísticos. Este segmento representa una derrama mayor a los 433 millones de dólares para los países receptores, lo que significa 3.62% de los ingresos captados por el turismo internacional (Aragon et al, 2002, citados en Lizárraga y García 2008). La situación demográfica de la población estadounidense -el envejecimiento que atañe a su generación del *baby boom*- así como sus tendencias de relocalización residencial hacia destinos de clima cálido durante el invierno, son elementos relevantes para el estudio del fenómeno turístico residencial de los estadounidenses en México. El conocimiento de este segmento de mercado, permitirá identificar sus necesidades y su nivel de satisfacción en un destino turístico de sol y playa, a fin de identificar ventajas comparativas y competitivas del destino y establecer los factores que le permitan ser competitivo en el turismo residencial internacional. En segunda instancia, esta investigación resulta relevante ya que los estudios sobre este fenómeno son escasos y se centran principalmente en los efectos socio-económicos y medioambientales generados en los destinos a partir de los desarrollos inmobiliarios para el segmento, y son pocos los que hacen referencia a la competitividad de los destinos turísticos.

Desde la óptica académica, esta investigación es significativa, ya que contribuirá con la investigación que se hace en turismo en el país, y específicamente a la del mercado norteamericano en sus nuevas dinámicas de

viajes (residenciales). A su vez, será de importancia para el gremio empresarial en función de las tendencias y conocimientos nuevos acerca del turismo residencial internacional en México, con potenciales estrategias innovadoras al respecto.

Finalmente, se considera que el estudio es relevante para el sector público, para el establecimiento de las políticas públicas adecuadas que permitan maximizar los beneficios generados por este segmento de mercado y a su vez, favorezcan la competitividad de los destinos turísticos.

### **1.8- Hipótesis**

La competitividad de un destino turístico ante el mercado de turismo residencial depende de sus ventajas comparativas, la capacidad para desarrollar sus ventajas competitivas, para lograr la eficiencia de sus recursos, dar respuesta a las necesidades y satisfacción del turista, así como posicionarse en el mercado mundial.

### **1.9- Limitación de la investigación**

Una de las limitaciones de la presente investigación hace referencia a la poca información sobre el mercado de turismo residencial, principalmente porque los estudios recientes se han enfocado a identificar y a describir los impactos negativos de este fenómeno a partir de los desarrollos inmobiliarios destinados para este segmento de mercado, o bien a la discusión de su conceptualización.

Sin embargo, son escasos los que se han abocado al estudio de la demanda en cada destino, en la identificación y caracterización de los factores que permitan a un destino de sol y playa ser competitivo ante este segmento de mercado.

Por otro lado, la estacionalidad del turismo residencial (principalmente entre los meses de noviembre a abril) limita el periodo de trabajo de campo, ya que se considera a los estadounidenses como los principales informantes de este estudio. El clima de inseguridad en el destino también puede configurarse como una limitación ya que afecta el nivel de confianza de los informantes para ser encuestados o entrevistados.

#### **1.9.1- Delimitación de la investigación**

El siguiente estudio pretende la aplicación de un modelo teórico conceptual de competitividad turística, ante el segmento de turismo residencial, para ello, se utilizan las dimensiones establecidas en el modelo de Calgary que evalúa la competitividad de destinos turísticos, propuesta de Ritchie y Crouch (2003), y se establecen indicadores para cada una de esas categorías, a fin de ser evaluados en un destino turístico de sol y playa: Mazatlán, Sinaloa, México, y así conocer las ventajas comparativas y competitivas del destino, para finalmente determinar los factores que le permitan ser competitivo en ese mercado.



### **1.9.2- Dimensiones de la investigación**

- ▶ Turismo residencial
- ▶ Competitividad turística
- ▶ Destino turístico (Mazatlán)

## CAPÍTULO II

### LA COMPETITIVIDAD EN EL TURISMO

En el presente capítulo se revisan diversos aportes conceptuales que se han gestado en torno a la variable de competitividad, desde las perspectivas macro y microeconómicas. Se analizan las aportaciones de los diversos autores que han reorientado este concepto al sector servicios, específicamente la competitividad en destinos turísticos, así como las metodologías y modelos de competitividad turística. Finalmente, se hace una revisión de las aportaciones teóricas en torno a los indicadores de competitividad derivados de algunos estudios y sus aplicaciones en modelos de competitividad de destinos turísticos.

#### **2.1- Evolución del concepto de competitividad**

El término competitividad tiene sus orígenes en el concepto inglés *competitiveness*, "entendido como la capacidad para competir o rivalidad para la consecución de un fin", derivado del concepto competencia –disputa o contienda entre dos o más personas sobre algo- (Berumen y Palacios, 2009). En el ámbito económico, la competitividad presenta su génesis en las teorías del comercio internacional, que, entre otros temas, estudia el patrón del comercio entre países (Otero et. al, 2006). Su análisis se remonta a la economía clásica, específicamente a la tesis de Adam Smith<sup>12</sup> "la ventaja absoluta" (1776) que posteriormente sería extendida por David

---

<sup>12</sup>Adam Smith (1776) afirmaba que en realidad todos los países podían obtener beneficios del comercio internacional, y que no iban a resultar de manera inevitable ganadores y perdedores en el

Ricardo<sup>13</sup> (1817, citado en Pérez, 2015) a "la ventaja comparativa". En ambas aportaciones se enfatiza en la "ventaja" que tienen algunos países con respecto a otros en la producción de algún bien, estas teorías se enfocaban a medir la productividad de las naciones bajo un discurso de competencia global. Según Jiménez y Aquino (2012, p. 979):

"Dichas teorías fueron completadas por los autores neoclásicos dando lugar a la teoría neoclásica del comercio internacional (Heckscher, 1919; Ohlin, 1933), cuyos primeros modelos suponían la existencia de competencia perfecta, paradigma que después se cuestionaría y quedaría rebasado por las nuevas teorías del comercio internacional (Helpman & Krugman, 1985; Jacquemin, 1982; Krugman, 1990; Posner, 1961; Vernon, 1966). La similitud que guardan todas estas teorías es que se centraban en explicar el creciente comercio entre países y su capacidad para competir".

---

mismo. Para este autor, el comercio entre dos naciones estaba basado en la ventaja absoluta, esto es, en la producción a costos unitarios menores. El argumento esgrimido era el siguiente: cuando una nación es más competitiva que otra (o tiene una ventaja absoluta) en la producción de una mercancía, pero es menos eficiente que otra nación (o tiene una desventaja absoluta) al producir una segunda mercancía, entonces ambas naciones pueden ganar si se especializan en la producción de la mercancía de su ventaja absoluta e intercambian parte de su producción con la otra nación, a cambio de la mercancía de su desventaja absoluta. El beneficio del comercio surgía porque abría la posibilidad a la división internacional del trabajo.

<sup>13</sup>David Ricardo (1817, citado en Pérez, 2015) extendió la teoría de la ventaja absoluta a la de la ventaja comparativa. Desde esta nueva teoría, aun cuando una nación fuera menos competitiva o eficiente que otra (o tuviera una desventaja absoluta) en la producción de mercancías, quedaba todavía la posibilidad de comercio mutuamente benéfico recíproco si un país contaba con un ratio de costos relativos de producción entre bienes diferente del otro.

Los procesos globalizadores de la economía y la adopción de políticas neoliberales, repercutieron a favor del libre comercio y la libre competencia empresarial a nivel global. En este contexto, se da una reorientación del concepto de competitividad desde diversos enfoques, incorporando elementos de orden no económico, tales como: cultura, política, aspectos ambientales, calidad de recurso humano y ubicación espacial, buscando el equilibrio entre el beneficio económico y la eficacia social, configurándose como un paradigma multifacético aplicable a distintas entidades económicas; desde una nación, una región, un municipio, un sector económico, una corporación empresarial o una empresa individual y hasta un producto o servicio determinado. Lo antes mencionado, ha derivado en distintas conceptualizaciones de competitividad de acuerdo a su abordaje disciplinar.

Para Bleeke (1990 citado en Berumen, 2009), la competitividad es consecuencia derivada del continuo e intenso cambio de aprendizaje de los países, regiones, localidades y organizaciones en el contexto de globalización que prevalece en la actualidad. En el caso del sector productivo, las empresas compiten entre sí por una porción del mercado, mientras que las naciones por segmentos de los mercados globales. Estos preceptos son los que han guiado el abordaje de la temática desde dos acepciones: macroeconómica (nación) y microeconómica (empresa).

## 2.2- Perspectiva macroeconómica de la competitividad

Desde la perspectiva macroeconómica y de acuerdo con la definición de la OCDE (*The World Competitiveness Report*, 1996), la competitividad "es el grado en el que una nación puede, bajo condiciones libres y equitativas de mercado, producir bienes y servicios que superan las pruebas de los mercados internacionales, manteniendo y aumentando, simultáneamente, los ingresos reales de sus habitantes a medio y largo plazo".

Sánchez y Fajardo (2004) hacen referencia a múltiples definiciones de competitividad, desde una óptica macroeconómica. Véase **Tabla 5**.

**Tabla 5.-Conceptos de competitividad desde la perspectiva macroeconómica**

---

|   |   |
|---|---|
| Scott y Lodge, 1985                     | Capacidad de un país para crear, producir, distribuir y/o servir productos en mercados internacionales obteniendo beneficios crecientes sobre sus recursos.   |
| <i>The Economist</i> , 1994             | Una economía competitiva es aquella que exporta bienes y servicios con beneficios a precios del mercado mundial.  |
| Newall, 1992                            | La competitividad es producir más y mejores bienes y servicios de calidad que se comercialicen exitosamente entre los consumidores nacionales y extranjeros. La competitividad conduce a trabajos mejor pagados y a la generación de los recursos necesarios para crear una infraestructura adecuada de servicios públicos y de apoyo a los desfavorecidos. |
| Diccionario de Economía y Empresa, 1996 | Capacidad que tiene un bloque, país, sector, empresa para producir bienes o servicios capaces de competir (vender) con éxito en un mercado en competencia directa con otros.  |

---

---

|  |   |
|--|---|
|  | competidores  |
| <b>Comisión Europea, 2003</b>  | La competitividad viene determinada por el crecimiento de la productividad; una economía competitiva es aquella que experimenta un crecimiento elevado y sostenido de productividad, lo que conduce a un aumento de los niveles de vida                     |
| <b><i>International Institute for Management Development, 2003</i></b> | La competitividad es un campo del conocimiento económico que analiza los hechos y las políticas que conforman la capacidad de un país para crear y mantener un entorno que genere más creación de valor para sus empresas y más prosperidad para sus gentes |

---

Fuente: elaboración propia con base en Sánchez y Fajardo (2004).

En cada una de las conceptualizaciones señaladas arriba, se integran diversos elementos o factores que influyen en la competitividad de una nación o país bajo un contexto globalizado en constante competencia; la mayoría coincide en la producción y distribución de bienes en mercados internacionales y en la maximización de beneficios socio-económicos, sin embargo, el concepto de competitividad se debe considerar como multifacético, ya que se puede abordar desde diversos enfoques, en distintas instancias (Chavarría et. al, 2002).

Como resultado del análisis de la literatura sobre competitividad se identifican varios enfoques al definirla, entenderla y medirla. Dwyer y Kim (2003) distinguen las nociones de competitividad mediante tres grandes grupos de pensamiento cada uno de ellos sugiere diferentes variables para explicar las medidas de la competitividad; 1) Los economistas suelen poner énfasis sobre el precio y las características económicas específicas del país, 2) Los autores de

estrategia y de gestión se centran en las características específicas de las empresas, 3) Los sociólogos y teóricos políticos se centran en las características culturales y políticas, además de sociales, que subrayan la noción de competitividad. Por su parte, Porter (1990) agrega un cuarto bloque de pensamiento referente al desarrollo de indicadores de competitividad nacional. Además de las perspectivas señaladas, actualmente se contempla el enfoque de la competitividad en el sector servicios, como en el caso del turismo, mediante la implementación de indicadores estratégicamente pensados acorde a las características de los diversos segmentos del turismo que acogen los destinos turísticos.

### **2.2.1- Perspectiva microeconómica de la competitividad**

La perspectiva microeconómica entiende a la competitividad como un aspecto de carácter organizacional o empresarial, es decir, los comportamientos específicos de una organización o empresa determinarán su competitividad. Para ser competitiva, cualquier organización debe proporcionar productos y servicios por los que los clientes estén dispuestos a pagar un precio justo. A largo plazo, este sistema de libre empresa se mide por la habilidad de la empresa para mantenerse en el mundo de los negocios y proteger las inversiones de la organización, además de ganar dinero con estas inversiones y asegurar los trabajos que de ella dependan en el futuro. A decir de Porter (1990), la competitividad de toda una nación tiene su origen en un nivel microeconómico, es decir, la competitividad de

una nación es la suma de la competitividad de sus empresas individualmente consideradas.

Sea macro o microeconómico el enfoque o abordaje de la competitividad, ésta se reconoce en un concepto lo suficientemente amplio y complejo que ha derivado a la falta de consenso o aceptación de una definición generalmente aceptada. En ese sentido, Porter (1990) advierte sobre la amplia variedad de perspectivas existentes en torno a la competitividad y Waheeduzzan y Ryans, (1996) sostienen que la noción de competitividad está asociada a cuatro grandes bloques de pensamiento: (1) una perspectiva de ventajas comparativas y/o de competitividad en precios; (2) una perspectiva de estrategia y dirección; (3) una perspectiva histórica y socio-cultural, y (4) un desarrollo de indicadores de competitividad nacional. En el último punto se enfoca el presente estudio, es decir, en la reorientación al desarrollo de indicadores de competitividad en el sector turístico, en específico para un segmento de mercado, al cual denominamos Turismo Residencial.

### **2.3- Competitividad de destinos Turísticos**

Si bien, la noción de competitividad se ha utilizado principalmente en la investigación del sector industrial, existen diversos autores que han tratado de demostrar la aplicabilidad de esta teoría en el sector de los servicios y algunos se han dedicado a conceptualizar la competitividad de los destinos turísticos. Dwyer y Kim (2003) señalan que es la capacidad que presentan quienes intervienen en



este sector, en un país, destino o región, para alcanzar metas por encima de la media, de forma sustentada y de acuerdo con los objetivos trazados. Diéguez et al (2011) identifican al destino competitivo como aquel que implementa una planificación estratégica a largo plazo que permite contrarrestar todos los desafíos que se presenten durante su ciclo de vida, mientras que logra equilibrar su desarrollo en sus propios contextos económicos, sociales y ambientales.

Por su parte, Hassan (2000) define la competitividad como la capacidad que el destino turístico presenta para crear e integrar productos de valor agregado, confiriendo sustentabilidad a sus recursos de forma que logre posicionarse mejor en el mercado respecto a otros competidores. A su vez, propone cuatro postulados para determinar la competitividad:

- *Ventaja comparativa*: clima o ubicación; cultura o herencia cultural; historia; servicios al turista; seguridad y salud; naturaleza; acceso e información; infraestructura; calidad ambiental; actividades recreativas; red de comunicación global; alianzas globales y regionales.

- *Orientación de la demanda*: segmentos de turistas, motivos de viajes, conciencia ambiental; niveles de experiencias turísticas; perfil demográfico; perfil psicográfico; aceptación de costumbres locales; búsqueda de novedades.

- *Estructura de la industria turística:* proveedores (bancos, proveedores de alimentos, servicios médicos, servicios de limpieza, servicios de seguridad, telecomunicaciones, comunicación); servicios especializados (operadores turísticos, hospedaje, transporte, recreación, agencias de viajes, compañías aéreas o transporte público); agentes involucrados (inversores, ONG's).

- *Compromiso ambiental:* cultura orientada al turista; clima político estable, reglamentación ambiental; política turística; imagen nacional; política de inversión en medio ambiente; campañas de marketing de destino; requisitos de utilización de la tierra; delimitación de la capacidad de carga; programas de promoción ambiental; educación ambiental; organizaciones ambientales.

Las definiciones citadas anteriormente corresponden a esfuerzos realizados por parte de la comunidad científica e integran diversos elementos, algunos con una perspectiva meramente económica enfocada a la rentabilidad, otros agregan elementos sociales y ambientales relacionándolos con la sustentabilidad de los destinos turísticos y la planificación a largo plazo que deben considerar para el logro de la competitividad. Sin embargo, es importante señalar que no se ha llegado a consolidar un concepto ampliamente aceptado sobre la competitividad en los destinos turísticos, situación que ha generado múltiples elementos en cada una de sus aportaciones. El aporte más reconocido y que se considera más cercano a una interpretación integral, es el de Ritchie y Crouch (2000), quienes definen a la competitividad como "la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas

y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social”

### **2.3.1- Ventaja comparativa del destino turístico**

Cuando se trata de analizar la competitividad en turismo, el trabajo de Ritchie y Crouch (2000) es una importante referencia. Además de su aportación conceptual de competitividad en destinos turísticos, los autores son reconocidos por el modelo de Calgary, que busca evaluar la competitividad de los destinos turísticos y la reorientación de la teoría de Porter (1990) sobre las ventajas comparativas y competitivas en destinos turísticos.

En este orden de ideas, encontramos la teoría de la ventaja comparativa y la competitiva como evaluadores de competitividad en los destinos turísticos. La ventaja comparativa hace referencia a los factores de los que está dotado el destino turístico, sean estos factores los que ocurren de forma natural y aquellos que han sido creados. Para Sancho (1998), las ventajas comparativas, por tanto, vienen dadas por los factores propios del destino turístico que han posibilitado su nacimiento y expansión. Entre estos factores se encuentran principalmente los recursos naturales (playas, montaña, clima etc.), las condiciones socioeconómicas que inicialmente posee el territorio (mano de obra) y las políticas macroeconómicas utilizadas para mejorar el sector (como ejemplo, la devaluación de la moneda). En definitiva, se trata de aquellos elementos que condicionan la

situación de partida y que han constituido el núcleo del paradigma del desarrollo turístico predominante durante décadas.

Desde una perspectiva microeconómica, Porter (1990) examinaba los determinantes de la intensidad de la competencia en una empresa, agrupando sus reglas en cinco categorías: 1) los recursos humanos, 2) los recursos físicos, 3) los recursos de conocimientos (científicos), 4) los recursos de capital, y 5) las infraestructuras. Ritchie y Crouch (2003) consideraron que además de estos cinco grupos habría que añadir también los recursos culturales e históricos y el tamaño de la economía del destino. En ese sentido, cabe agregar que los recursos de un destino turístico pueden cambiar a lo largo del tiempo, lo que puede afectar la ventaja comparativa de un destino turístico.

Por otro lado, Vera (1997, citado en Barroso y Flores, 2006) señala que se pueden agrupar todos los factores señalados por Porter (1990) y Ritchie y Crouch (2003) en tres grandes categorías:

Factores espaciales: hacen referencia a la distancia física que existe entre los destinos turísticos y los núcleos emisores, entendidos en términos de distancia/tiempo y distancia/coste, pues su valor relativo y su importancia va cambiando en función de las posibilidades técnicas de la realización de los viajes y del coste monetario de estos. Por lo tanto, desde esta perspectiva, el grado de accesibilidad al destino turístico resultará determinante en su competitividad.

Factores ambientales: estos factores hacen referencia a los atributos tangibles e intangibles que conforman el espacio geográfico. Estas condiciones pueden clasificarse en dos grandes grupos, los naturales (clima, flora, fauna, abundancia de agua, etc.) y los culturales (patrimonio y costumbres heredadas de nuestros antepasados). Ambos atributos, se convierten en factores de desarrollo de los destinos turísticos en el momento en que se les da una valoración, pues, a partir de este momento, son susceptibles de aprovechamiento económico, conformándose como activos fijos de los propios destinos.

Factores dinámicos: lo componen aquellos factores que pueden cambiar con el tiempo más fácilmente que los anteriores, entre ellos destacan: la estructura receptiva, la infraestructura, la mano de obra, el papel institucional, la política monetaria, entre otros.

Por tanto, a través de la perspectiva de las ventajas comparativas de los destinos turísticos se han destacado la multiplicidad de factores existentes en los territorios que pueden incidir en su competitividad. Sin embargo, la mayor parte de estos atributos o ventajas comparativas tienden a ir perdiendo importancia al momento de explicar la competitividad y el éxito a largo plazo. En este sentido, como señala Monfort (1999) en relación con el ciclo de vida del destino turístico<sup>14</sup>, cuando un destino turístico entra en la fase de madurez de su ciclo de vida

---

<sup>14</sup>La teoría del ciclo de vida señala que un destino turístico atraviesa por distintas etapas de desarrollo: descubrimiento, crecimiento, madurez, consolidación, saturación y declive o renovación (Monfort 1999).

requerirá acciones positivas encaminadas a rejuvenecer el destino mediante la sustitución de las ventajas comparativas por ventajas competitivas que garanticen la permanencia en el mercado y generen niveles más altos de rentabilidad.

### **2.3.2- Ventaja competitiva del destino turístico**

En apego al progreso teórico, el concepto de competitividad en la esfera del turismo ha evolucionado desde el enfoque tradicional, basado fundamentalmente en la llamada teoría de la ventaja comparativa (teoría que defiende que un destino es más competitivo cuantos más recursos directos e indirectos disponga), hacia un enfoque basado en la teoría de la ventaja competitiva. Esta teoría establece que un destino es más competitivo cuanto mayor sea la capacidad de los gestores del mismo para agregar valor a un producto o servicio igualmente comercializado en otros destinos competidores (Orta, 2005).

La ventaja competitiva se relaciona con la habilidad y capacidad que tiene un destino turístico para utilizar sus recursos de forma eficiente a medio y largo plazo (Ritchie y Crouch, 2000). Un destino turístico puede contar con una amplia variedad de recursos (ventajas comparativas) y no ser tan competitivo como otro destino que cuente con pocos recursos turísticos, debido a la forma en que se han desarrollado. Es decir, se da una transición entre la competitividad estática dependiente de las ventajas comparativas hacia una competitividad dinámica en la que lo más importante no es la cantidad de recursos existentes en un destino

turístico, sino la habilidad que exista para añadir valor y sacarle rentabilidad a los mismos (Barroso y Flores, 2006).

Siguiendo a los mismos autores, ante el cambio de paradigma de la competitividad sostenido bajo la teoría de la ventaja comparativa hacia el de la ventaja competitiva, o competitividad dinámica, se debe reconocer un cambio en la intensificación y competencia del sector. Además, la teoría de ventajas competitivas busca la rentabilidad de los destinos turísticos a largo plazo. Por tanto, el concepto de competitividad aplicada a los destinos turísticos ha evolucionado.

Hablar de ventajas comparativas y competitivas es referirse a una multiplicidad de factores con efectos diferentes en el desempeño competitivo de un destino turístico. De ahí que, en el centro de la mayoría de los debates al respecto está la cuestión de cuáles son los mecanismos y factores de generación, sostenimiento y apropiación de ventajas competitivas (González y Mendieta, 2009).

Para el caso del turismo, al tratarse de desplazamientos de personas y no de mercancías, representa una mayor heterogeneidad de acuerdo con los consumidores o turistas, de agentes que intervienen en la prestación de servicios, de destinos y entornos medioambientales y socioculturales en que actúan y porque estos agentes se relacionan, coordinan y ensamblan sus funciones en múltiples formas (Bote, 2004). Este carácter transversal y heterogéneo de la

actividad turística, la manera cómo interactúan los distintos agentes dentro del destino, su relación con el entorno y el disfrute *in situ* del producto turístico van a marcar el debate sobre la evaluación de la competitividad de los destinos turísticos.

## **2.4 Metodologías para la evaluación de la competitividad turística**

La competitividad es un concepto que, aunque ampliamente desarrollado en la literatura académica, aún necesita encontrar un cauce de definición y operativización para su aplicación en el campo del turismo (González y Mendieta, 2009). En ese sentido, se han hecho importantes aportaciones por modelar y medir la competitividad de destinos turísticos (Baño y Aquino, 2012), las cuales difieren unas respecto a otras. Existen metodologías diversas referidas a la medición de la competitividad en destinos turísticos, y se presentan a continuación.

### **2.4.1 El monitor de competitividad WTTC**

La medición de la competitividad turística presenta su génesis con el Monitor de Competitividad del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) publicado del año 2001 al 2004. Dicho monitor pretendía medir las condiciones bajo las cuales los países ofrecían un entorno adecuado para la actividad del turismo y de los viajes. Para su elaboración se partió del reconocimiento de la naturaleza multidimensional y compleja de la competitividad de los destinos turísticos,



influyendo en ella un amplio conjunto de factores. Para su medición se utilizaban ocho grandes apartados, cada uno de los cuales está compuesto por un conjunto de variables o indicadores de competitividad:

- a) Competitividad en precios: competitividad de precios turísticos, precios hoteleros, paridad del poder de compra, impuestos sobre bienes y servicios y precios al consumo ajustados.
- b) Turismo humano: índice de participación en el turismo internacional, tasa de crecimiento de llegadas de turistas internacionales, exportaciones internacionales de turismo y viajes, consumo turístico internacional, balance turístico internacional y otros 9 indicadores más.
- c) Infraestructuras: carreteras, acceso a la sanidad, ferrocarriles, índice de infraestructuras y acceso al agua potable.
- d) Medioambiente: densidad de población, emisiones industriales de CO<sub>2</sub> y ratificación de tratados medioambientales.
- e) Tecnología: servidores de internet, líneas telefónicas, teléfonos móviles, exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico.
- f) Apertura turística: necesidad de tarjeta visa, grado de apertura a los flujos turísticos internacionales, apertura al comercio internacional e impuestos sobre el comercio internacional.
- g) Desarrollo social: índice de desarrollo humano, periódicos diarios, ordenadores personales, acceso a la televisión e índice de criminalidad.
- h) Recursos humanos: esperanza de vida, tasa de analfabetismo, empleo directo en turismo y viajes, tasa de desempleo, crecimiento poblacional, empleo femenino en el sector servicios y otros 15 indicadores más.

#### **2.4.2 El índice de competitividad de viajes y turismo del foro económico mundial WEF**

Con el objetivo de asegurar la participación de otras organizaciones y contar con datos más confiables y actualizados, el Monitor (WTTC) integró sus iniciativas a las del Foro Económico Mundial (WEF). Fue así como se construyó el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo [*Travel and Tourism Competitiveness Index*]. Publicado por primera vez en 2007 con el análisis de 124 países. Su construcción fue resultado de valoraciones en tres categorías o subíndices generales: 1) el marco regulatorio del sector turístico, 2) el ambiente de negocios e infraestructura del sector turístico, y 3) los recursos humanos, culturales y naturales. En la actualidad, el Índice analiza la competitividad de 140 países, basándose en más de 110 indicadores, considerando a la competitividad como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de la productividad de un país, evaluándolos en 12 pilares: 1) instituciones, 2) infraestructura, 3) ambiente macroeconómico, 4) salud y educación básica, 5) educación superior y capacitación, 6) eficiencia del mercado de bienes, 7) eficiencia del mercado laboral, 8) desarrollo del mercado financiero, 9) preparación tecnológica, 10) tamaño del mercado, 11) sofisticación de los negocios, y 12) innovación.

### **2.4.3 Índice de Competitividad Turística de los estados mexicanos**

En México, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) elaboró el Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos 2010, el cual resultó de la suma ponderada de los índices de cada uno de los siguientes grupos de factores: recursos y actividad cultural, recursos naturales y protección al medio ambiente, recursos humanos e indicadores educativos, infraestructura y profesionalización del sector hotelero, flujo de personas y medios de transporte, servicios complementarios al turismo, seguridad pública y protección al ciudadano, rentabilidad y aspectos económicos, promoción turística, y participación y eficiencia gubernamental.

Se observa en estos sistemas de medición de la competitividad turística la ausencia de un señalamiento explícito, una definición precisamente sobre la base de algún modelo de competitividad. En este sentido, carecen de fundamentos teóricos al no partir de supuestos sobre los factores, sus relaciones y efectos temporales que determinan la competitividad de destinos turísticos. A partir de lo antes señalado, se identifica una falta de vinculación entre los modelos y las metodologías para cuantificar la competitividad turística.

## **2.5 Indicadores de competitividad turística**

La competitividad turística es un concepto bastante complejo que combina varios elementos, que pueden ser observables o no, y que en muchas ocasiones no son fáciles de medir. Además, es un concepto relativo cuya medida puede variar en función del período de tiempo que se tome como referencia. De hecho, la competitividad es un concepto multidimensional, siendo necesario, por tanto, la utilización de varios indicadores de competitividad, que, con carácter general, pueden ser clasificados en indicadores objetivos y en indicadores subjetivos (Sánchez y Fajardo 2004).

Los indicadores objetivos son aquellos que son cuantitativamente medibles, como pueden ser, entre otros, la existencia de recursos histórico-artísticos declarados por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, la superficie del destino dedicada a parques nacionales o a reservas naturales, la topografía, el clima, las temperaturas medias y las horas de sol, entre otros.

Los indicadores subjetivos son aquellos que se relacionan con la percepción del visitante y que tienen, por tanto, un acusado carácter cualitativo, como serían, al valorar la competitividad de un recurso cultural o natural, su "estética", su "grandeza" o su "belleza". A pesar de que se han llevado a cabo algunos intentos para diferenciar claramente los indicadores objetivos de los subjetivos, lo cierto es que algunos indicadores de competitividad turística pueden

ser considerados, al mismo tiempo, objetivos y subjetivos (Sánchez y Fajardo 2004).

Así, por ejemplo, Kim et al (2001) señalan que el carácter único de la flora o la fauna de un destino turístico puede ser determinado objetivamente mediante el planteamiento de si dicha flora o fauna existe o no en algún otro lugar; a pesar de esto, algunos turistas pueden no percibir como algo único esa flora o esa fauna, lo que introduce un componente de subjetividad en el indicador.

Resulta importante señalar que no existe un conjunto absoluto de indicadores de competitividad que pueda ser aplicado a todos los destinos turísticos sin excepción y en cualquier momento. La determinación de los indicadores dependerá de las características del destino turístico, y del conocimiento de las características, motivaciones, preferencias y necesidades de segmentos de turismo específicos. En este sentido, cabe aclarar que algunos indicadores serán más relevantes mientras que otros serán prácticamente irrelevantes.

Kim et al (2001) proponen una amplia gama de indicadores de competitividad turística:

- a) Recursos inherentes: indicadores de recursos naturales y de cultura y herencia histórica.

- b) Recursos creados: indicadores de infraestructura turística de acontecimientos especiales de actividades de ocio disponibles, de entretenimiento y de compras.
- c) Factores y recursos complementarios: indicadores de infraestructura general, de calidad del servicio, de accesibilidad al destino, de hospitalidad y de restricciones del mercado.
- d) Gestión del destino: indicadores de la organización de la gestión empresarial del destino
- e) Turístico: de la dirección de marketing del destino, de la política, la planificación y el desarrollo del destino, del desarrollo de recursos humanos y de la gestión medioambiental.
- f) Condiciones locales: indicadores de localización del destino, del entorno (micro) competitivo, del entorno (macro) competitivo, de la seguridad ciudadana del destino y de la competitividad en precios del destino.

Además de las variables señaladas, los autores proponen un conjunto de indicadores objetivos de competitividad de destinos turísticos: estadísticos, tanto en número como en gasto turístico, como de contribución del turismo a la economía; de inversiones en turismo; de índices de competitividad en precios; de apoyo institucional al turismo; y de incentivos fiscales y financieros de las instituciones públicas. La aportación de Kim et al. (2001) incluye una relación de más de 150 indicadores objetivos, lo que da una idea de la dificultad de medir cuantitativamente la competitividad de destinos turísticos, especialmente si se

tiene en cuenta que no todos estos índices son igualmente aplicables a todos los destinos turísticos.

Al considerar la amplia variedad de indicadores que miden la competitividad turística, queda clara la complejidad que conlleva la cuantificación de la competitividad de los destinos turísticos por su indiscutible carácter multidimensional y por la ausencia de consenso respecto a los indicadores que deben utilizarse. Ante esta situación, resulta indispensable tener el conocimiento de las características del destino turístico y de las particularidades, motivaciones, preferencias y necesidades de los segmentos de turismo, así como considerar el abordaje de la competitividad turística como la suma de la competitividad de los destinos respecto a los segmentos específicos y potenciales en cada zona geográfica de una nación.

## **2.6- Modelos de competitividad Turística**

Los avances en la comprensión de los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos y sobre todo la inclusión de la sostenibilidad como indicador de desempeño, han derivado en la emergencia de distintos modelos teóricos que intentan representar el complejo sistema donde se hace presente el turismo con toda su implicada red de interacciones. De acuerdo con Bosch y Campubri (1998), los modelos de desarrollo turísticos se resumen en dos tipos básicos: intensivo continuo y extensivo puntual.

El intensivo continuo sigue la pauta del modelo de desarrollo turístico tradicional cuyas características corresponden a la densificación y congestión urbanística, deterioro del paisaje y del ambiente, ofertas estandarizadas, desconexión entre los espacios, desaprovechamiento de los recursos y de fuertes impactos negativos sobre el medioambiente.

El extensivo puntual corresponde a los modelos alternativos de desarrollo turístico, invariablemente basados en un desarrollo horizontal y equilibrado que provoca una imagen de alta calidad en la recuperación y aprovechamiento de los recursos y del paisaje. "Se caracteriza por una importante prevención de la contaminación y por una preocupación por la protección de los espacios naturales, mientras se incorporan los recursos culturales" Para los autores, el primero corresponde al modelo de desarrollo turístico tradicional; el segundo es alzado como modelo alternativo, en respuesta a las características del nuevo modelo turístico y a las nuevas coordenadas de la gestión del espacio turístico.

Los modelos de competitividad de los destinos turísticos tienen como sustento a los conceptos de ventaja comparativa y de ventaja competitiva. En un principio propuestas por Porter (1990) en su obra denominada "Estrategia competitiva", y cuyo modelo ha sido utilizado en diversos estudios en turismo mediante una serie de adaptaciones, a partir de esta propuesta surgen dos de los modelos mayormente utilizados en la investigación en turismo -Crouch y Ritchie (2003) y el modelo integrado de Dywer y Kim (2003)- ambos coinciden en la multiplicidad de factores que confluyen en la competitividad de un destino turístico.



Un modelo es una representación simplificada de la realidad cuya utilidad es facilitar la comprensión, de forma clara y sencilla, de las distintas variables y las relaciones que se establecen entre ellas. Para Greca y Moreira (1998, p. 112), es una representación externa, creada por investigadores, profesores, ingenieros, etc., que facilita la comprensión o la enseñanza de sistemas o estados de cosas del mundo.

### **2.6.1 El "diamante dinámico" de Porter**

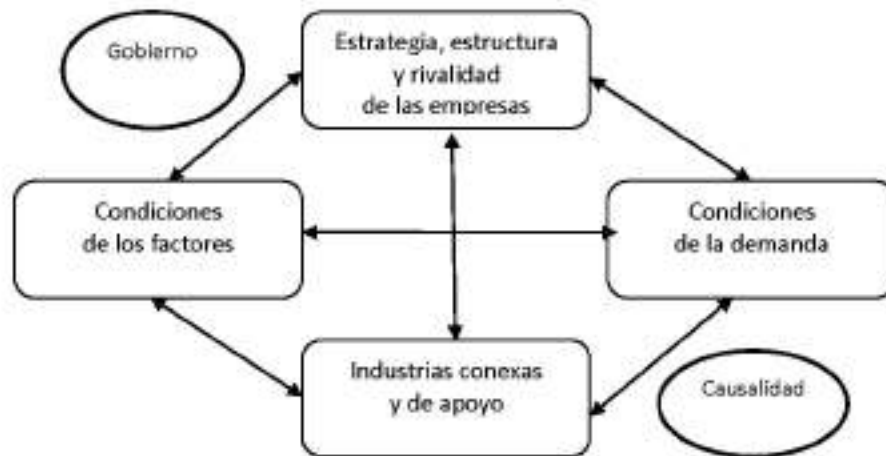
El modelo de Porter (1990), conocido como el "diamante dinámico", si bien es una herramienta que se utiliza para el sector empresarial en su búsqueda de ser competitivo, es un modelo que se ha adoptado en la investigación sobre la competitividad de destinos turísticos mediante una serie de adaptaciones. Porter identifica las ventajas competitivas de una nación como el resultado de una serie de factores interrelacionados: 1) las condiciones de los factores productivos, 2) las condiciones de la demanda, 3) las industrias complementarias y 4) las estructuras (y estrategias) empresariales. El primero hace referencia a los elementos básicos con que cuentan las naciones: mano de obra barata, situación geográfica, infraestructura, entre otros, que le permitan competir en determinado rubro, sin embargo, la competitividad dependerá de la forma en que las empresas aprovechen estos recursos.

El segundo factor corresponde a las condiciones de la demanda; señala el autor que la competitividad de las empresas está determinada por la demanda que tenga un producto o servicio, es decir, a medida que la demanda sea mayor, la empresa está obligada a incrementar su productividad, lo que la hará más competitiva.

El tercer factor son las industrias complementarias; enfatiza en la existencia de sectores proveedores y sectores afines que sean competitivos, que faciliten a las empresas la producción o prestación de su servicio, y además, presente una mejor calidad, es decir, a medida que haya una adecuada concentración de los recursos para el funcionamiento de la empresa, ésta presentará una mayor especialización y será competitiva.

El cuarto factor es la estrategia y estructura de las empresas, se refiere a que las empresas deben establecer estrategias para mejorar su competitividad, por lo que deben existir las condiciones para que se realicen; además, señala que la competencia de una empresa con otra del mismo giro favorecerá su mejoramiento constante para ser competitiva; y la mejora, la innovación y el perfeccionamiento son los ejes centrales para que una empresa aumente su competitividad.

**Figura 2. Modelo diamante de Porter**



Fuente: Porter (1990)

Además de estos cuatro factores, el autor señala dos variables externas adicionales: 1) los acontecimientos imprevistos (catástrofes medioambientales, terrorismo, enfermedades, etc.) y 2) las influencias de los gobiernos (restricciones legales políticas económicas, etc.). Si bien este modelo está diseñado, en principio, para analizar la competitividad entre países, es aplicable también a niveles inferiores como regiones, ciudades e incluso en el sector servicios para el caso del turismo.

### **2.6.2 El modelo de competitividad de Calgary de Ritchie y Crouch**

Ritchie y Crouch (2000, 2003) son considerados los pioneros en desarrollar un modelo explicativo de competitividad de destinos turísticos de larga distancia,

mismo que han ido actualizando a lo largo de los años, anexando plataformas y, lo más importante, con la inclusión del paradigma de sostenibilidad.

Con el modelo de "Calgary", Ritchie y Crouch (2000) aportan un marco de referencia con la finalidad de ayudar a los destinos turísticos a competir de un modo más eficaz. Además, destacan que un destino turístico competitivo debe contribuir a aumentar el bienestar de la población local. Los autores proponen un modelo cuya clave son los recursos, puesto que funcionan como factores de atracción. Los recursos naturales son los que inicialmente atraen a los turistas al destino. La competitividad dependerá fundamentalmente de los recursos y atractivos principales y de los factores y recursos de apoyo, además, de la existencia de una dirección del destino, elemento clave para mantener una ventaja competitiva sostenible, no es un modelo predictivo ni causal, sino simplemente explicativo. El modelo está compuesto por los siguientes elementos:

Los recursos y atractores básicos representados en los factores y motivaciones claves que actúan para atraer al turista al destino. Están conformados por seis categorías: Naturales, cultura e historia, del mercado, actividades de entretenimiento, eventos especiales y la superestructura turística. Estos factores se consideran el núcleo básico del modelo y los elementos esenciales del atractivo del destino turístico.

Los factores y recursos de soporte proporcionan las bases para un destino turístico fuerte y estable. El factor más importante de esta categoría es la infraestructura, acompañada de los recursos y servicios facilitadores, la accesibilidad del destino y el sector empresarial.

La dirección o gestión del destino son factores que realzan el atractivo de los recursos principales, además de reforzar la calidad y efectividad de los recursos y factores de apoyo, y logran una mejor adaptación a las restricciones del destino turístico. Están conformados por el manejo de los recursos, las actividades de marketing, la organización, la calidad de servicio, la disponibilidad de información acerca de las necesidades del visitante, la estructura organizativa y la administración y mantenimiento de los recursos principales.

La política de planificación y desarrollo del destino se incorpora en la última versión del modelo, donde se define la política turística como un conjunto de regulaciones, reglas, directrices y desarrollo/promoción de objetivos y estrategias que sustentan el marco, en el cual las decisiones colectivas e individuales afectan directamente al desarrollo del turismo y a las actividades que diariamente se llevan a cabo en un destino (Ritchie y Crouch, 2000, citados en Román (s/a). Los factores que se identifican son la definición del sistema para todos los agentes involucrados en la formulación de políticas, la filosofía respecto al rol que el turismo debe jugar en una determinada sociedad, el acuerdo sobre una visión de destino, un análisis crítico o auditoría del destino, el posicionamiento, el desarrollo, el análisis competitivo y el seguimiento y evaluación del destino turístico.

Figura 3. Modelo de Calgary de Ritchie y Crouch



Fuente: Ritchie y Crouch (2003).

Los determinantes limitadores y amplificadores son considerados restricciones o influencias que afectan el potencial competitivo de los destinos turísticos ya que pueden modificarlo o desgastarlo. Se incluyen la ubicación del destino respecto a mercados turísticos importantes, la dependencia entre destinos competitivos o complementarios, la seguridad y los costos (transporte, tipo de cambio, costo de vida en el destino, etc.).

Finalmente, el modelo de Ritchie y Crouch (2003) contempla *un entorno local (micro) y el entorno global (macro)* para lograr mantener la competitividad del destino turístico. El entorno micro incluye a las organizaciones turísticas, tanto públicas como privadas, y a todos los agentes involucrados en el destino: residentes, empleados, grupos ciudadanos, medios de comunicación, instituciones financieras, miembros del negocio de viajes y departamentos del gobierno que posibilitan el desarrollo de los destinos turísticos, formando el sistema turístico con el que los destinos deben competir (Ritchie y Crouch, 2003). Este sistema proporciona al turista los elementos básicos para desarrollar su experiencia turística, destacando: los recursos turísticos, los negocios de alojamientos, restauración, transportes, comercios, equipamientos públicos, etc., de tal forma que del grado de competitividad y colaboración que exista entre estos va a depender la competitividad del micro entorno y, por tanto, del destino turístico.

El *entorno macro* reconoce al turismo como un sistema abierto e influenciado por grandes fuerzas globales que pueden afectar las ventajas competitivas, por ejemplo los cambios demográficos en el mundo, los cuales

afectan a todas las actividades económicas y no solamente a las turísticas. Por consiguiente, cualquier acontecimiento a escala mundial puede tener consecuencias importantes en el desarrollo y competitividad de los destinos turísticos, pues se presentan como amenazas y oportunidades para estos. Por lo tanto, el análisis e identificación prematura de estas amenazas y oportunidades va a contribuir al éxito competitivo de los destinos turísticos, identificándose las siguientes seis categorías de factores en el macro entorno: económicos, tecnológicos, ecológicos, políticos y legales, socioculturales y demográficos (Ritchie y Crouch, 2003).

### **2.6.3-Modelo de competitividad de Dwyer y Kim**

Dwyer y Kim (2003) proponen un modelo integrado, que básicamente sigue el modelo conceptual de Ritchie y Crouch, sin embargo, introducen algunos aspectos importantes. Los elementos que integran el modelo están conformados por los recursos, el entorno y la competitividad turística.

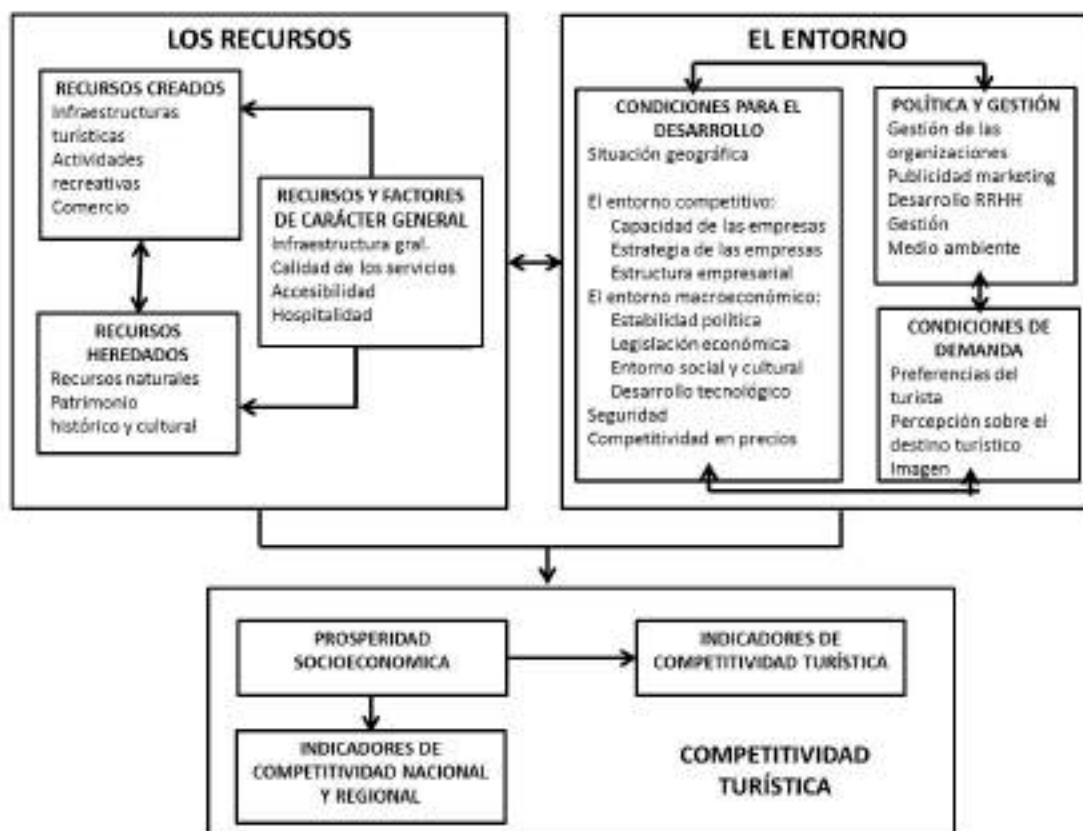
Los "recursos" se dividen en recursos heredados (recursos naturales, patrimonio histórico y cultural) y recursos creados (infraestructura turística, actividades recreativas, entretenimiento, comercio etc.). Se consideran también los recursos y factores de carácter general (infraestructura general, calidad de servicio, accesibilidad, etc.). La razón es que la competitividad de los destinos turísticos depende del valor de la suma del conjunto de estos recursos (Dwyer, 2003) y el motivo principal por el que el turista visita el lugar.



El entorno está integrado por "La política o gestión del destino" a cargo del sector público (estrategias turísticas nacionales, marketing gubernamental, programas regionales, protección medioambiental etc.) Las "condiciones de la demanda" se refiere a tres elementos esenciales: la conciencia turística, la imagen del destino turístico y las preferencias de la demanda turística. Para los autores, estos son los factores que determinan la competitividad de un destino.

Este modelo fue aplicado para analizar la competitividad de destinos como Corea y Australia. Cabe destacar que los autores establecen una serie de indicadores para cuantificar dicha competitividad, aunque reconocen que no son los únicos que podrían haber formado la base de la encuesta. Además, según Kim y Dwyer (2003), sería interesante ponderar los indicadores en función de su grado de importancia para el turismo, en Corea o Australia. Pero tal acción sería complicada, ya que sería necesario un examen muy desglosado de los motivos de viaje de los visitantes de cada destino y supervisión continua de los cambios en sus preferencias.

**Figura 4. Modelo integrado de la competitividad de un destino turístico de Dwyer y Kim**



Fuente: Dwyer y Kim (2003).

Ambos modelos destacan la importancia de las ventajas competitivas y no tanto de las ventajas comparativas, a pesar de que algunas ventajas comparativas pueden consolidarse como ventajas competitivas. Este paradigma busca la rentabilidad de los destinos turísticos a largo plazo, rompiendo, por tanto, con la idea de maximización de los beneficios a corto plazo, la cual no tiene en cuenta los impactos negativos que la actividad turística puede provocar en los destinos.

En este sentido, la nueva aportación de Ritchie y Crouch agregan el elemento de la sustentabilidad como factor de competitividad, los autores enfatizan en el uso adecuado de los recursos naturales y culturales empleados en el turismo de forma como una ventaja competitiva.

Ramón y Perles (2007, p. 272) señalan que, a la hora de aplicar estos marcos conceptuales y medir la competitividad de destinos turísticos concretos, los estudios se han centrado principalmente en dos métodos: "Estudios como el de Kozak y Rimmington (1999) o Garau (2006) que miden la competitividad principalmente desde el punto de vista de la demanda, utilizando datos de encuestas de percepción de los turistas y opiniones sobre su experiencia de diferentes destinos. Los realizados desde el ámbito de la oferta, bien a partir de la evaluación de indicadores objetivos, de Dwyer *et al* (2000a, 2000b) o Papatheodorou (2002) o Perles (2004), o bien a partir de encuestas a empresarios implicados como los de Enright y Newton (2004, 2005) y Hudson *et al* (2004)".

Luego de la revisión de los antecedentes sobre la conceptualización de la competitividad turística, la exposición de los principales modelos para su análisis y el recuento de los sistemas de medición e indicadores, resulta oportuno señalar la existencia de una brecha entre modelos y sistemas de medición debido, entre otras razones, a la dificultad existente para cuantificar algunos aspectos que son de naturaleza subjetiva (Orta, 2005), a la multitud de elementos que intervienen en la actividad turística y a su carácter de actividad nueva, por ejemplo, frente a la agraria o industrial. En este sentido no se ha teorizado lo suficiente, sin embargo

una de las alternativas para el análisis se remonta a la propuesta de (Sánchez y Fajardo, 2004) que hacen referencia al análisis de los diversos segmentos de mercado turístico a partir del establecimiento de indicadores subjetivos, establecidos a partir del conocimiento de los perfiles y motivaciones de sus actores.

## **2.7 Planificación como factor de competitividad en el turismo.**

La competitividad de los destinos turísticos ha tomado un creciente interés entre los planificadores, especialmente en aquellas naciones donde el turismo es un sector importante dentro de la economía o dentro de las prioridades políticas y estratégicas de su gobierno. Esta es la situación de muchos países que buscan por un lado atraer una mayor cantidad de turistas y a su vez, desarrollar una estrategia de competitividad a largo plazo que sea sostenible. Román (2009, p.2) señala que en el caso de los países en desarrollo, cuyos destinos se encuentran en una fase de crecimiento, "los esfuerzos se deben abocar principalmente a consolidar la oferta turística, buscando ser competitivos internacionalmente". Dentro de este proceso, merecen especial atención aspectos como los incentivos empresariales, la participación de los agentes involucrados, la infraestructura, el fortalecimiento de las instituciones turísticas y el apoyo gubernamental. Para la autora, se necesita una planificación cuidadosa, considerando que el turismo es una actividad compleja y delicada que puede traer muchos beneficios pero también muchos deterioros si no se gestiona correctamente (Román, 2009).

Uno de los principales objetivos de la planificación y el desarrollo del turismo es la creación de productos y servicios turísticos de mayor valor para los turistas potenciales o actuales para que los destinos y sus comunidades reciban beneficios sociales y económicos, no obstante, se requiere de una comprensión clara de la capacidad del destino turístico para competir eficazmente en un mercado cada vez más saturado (Ritchie, Crouch, 2000). A decir de Hassan (2000), la planificación y la promoción de los destinos turísticos deberían guiarse por un análisis exhaustivo de los factores de competitividad de los destinos y de las estrategias de desarrollo. Entendiendo un destino turístico como:

“Espacio en el que tiene lugar la confluencia de agentes, iniciativas y experiencias, que acaban moldeando el lugar como atractivo para la atención del consumo deseado por la demanda de orden turístico, una vez se constituye toda una red de empresas especializadas en diferenciadas parcelas de la satisfacción del ocio partir de las cuales toma entidad un espacio como ámbito capaz de suministrar uno o más productos turísticos” (Monfort, 1999).

El destino turístico cobra otro sentido en esta definición, pues se habla de un espacio en el que confluyen diversos elementos entre ellos los atractivos, las instalaciones, infraestructura, procesos que al combinarse producen servicios, actividades y productos que conforman la experiencia del visitante.

La competitividad de un determinado destino turístico será entonces la suma de la competitividad que tengan todos y cada uno de los productos turísticos que conformen la oferta de este destino turístico, lo cual hace imprescindible que deba articularse una gestión del destino turístico "como si de una organización única se tratara" desde una visión holística e integradora de la misma.

## CAPÍTULO: III

### TURISMO RESIDENCIAL INTERNACIONAL

#### 3.1- Contexto del Fenómeno Turístico Residencial.

El contexto de la globalización e integración de la economía mundial ha generado cambios tecnológicos, sociales, económicos y culturales en el mapa mundial, aunado a los nuevos estilos de vida de la sociedad y prácticas de hacer turismo. El turismo residencial es un fenómeno con una fuerte expansión en la actualidad (Perles y Ramón 2010). El modelo de turismo residencial, ha transformado las economías y sociedades locales, del mismo modo que el paisaje humano y físico, despertando el interés entre los expertos por comprender este fenómeno (Aledo et, al. 2007). En el presente capítulo se hace una revisión de su evolución desde sus primeras manifestaciones hasta la situación actual, así como el análisis de los estudios desarrollados desde el sector académico en su intento por conceptualizar este fenómeno y las características intrínsecas que conlleva analizarlo desde la perspectiva de la demanda.

Los movimientos residenciales, si bien no están identificados en la literatura como turismo *in situ*, se manifestaron desde los siglos III y II a. c. en Egipto y en los *paradesoi* orientales<sup>15</sup> ubicados en Ática, Grecia. A lo largo de esas zonas, se establecieron villas de recreo que eran utilizadas por las élites griegas para salir

---

<sup>15</sup> Un parque de grandes dimensiones, rico en árboles frutales. Véase, Roche, Juan, en Mazón Huete y Martecón, 2005, Turismo, urbanización y estilos de Vida.

de la monotonía de la vida urbana ateniense y disfrutar de lugares con mayor comodidad y tranquilidad –así, esas villas servían como válvula de escape o pequeños momentos de libertad de la vida urbana ya que eran sus zonas de esparcimiento-. Otro antecedente del prototipo de residencias de recreo se da en Roma, tras la victoria romana en las Guerras Púnicas<sup>16</sup>. Durante esa época existían villas en zonas de montaña –que incluían viveros y esplendidos parques, además, de jardines con animales salvajes- y a lo largo de la península de la Italia central, que eran ocupadas por personajes con gran peso económico y social de esa época (Roche, 2005).

Una de las particularidades que presenta el fenómeno de los viajes hasta entrado el siglo XIX, es que eran única y exclusivamente practicados por las elites, quienes se desplazaban por motivos culturales y de estatus "*Grand tour*" (Jimenez, 1992). A su vez, se aprecian desplazamientos con fines residenciales, ya que las clases pudientes tenían acceso a las villas cercanas a las montañas y costas. La dinámica de estos desplazamientos coincide con lo que Beltramo (s/f) denomina viajes *preturísticos*, entendidos como aquellos tipos de viajes que se produjeron con anterioridad al siglo XIX y que presentan una serie de similitudes con los viajes turísticos.

A pesar de la hegemonía de las élites respecto al acceso a los viajes durante la segunda mitad del siglo XIX, las condiciones sociales, económicas y

---

<sup>16</sup> Las Guerras Púnicas fueron una serie de tres batallas que enfrentaron entre los años 264 y 146 a. C. entre las principales potencias del Mediterráneo occidental de la época: Roma y Cartago.



tecnológicas experimentadas sobre todo en el campo del transporte, repercutirían a favor del desarrollo del turismo en general y a la ruptura del paradigma dominante que permitía el acceso a los viajes solo a las sociedades opulentas. La aparición de la máquina de vapor -su utilización en los barcos y la locomotora- favoreció el flujo de viajes al interior de Europa para finales de ese mismo siglo. Años después, una vez concluida la Segunda Guerra Mundial, la incorporación de los aviones a la aviación comercial, el bajo precio del petróleo, y la aparición de las aerolíneas permitieron la consolidación del transporte aéreo, motivando a un mayor número de personas a efectuar viajes.

A escala social, la época de posguerra hace emerger una nueva clase media, principalmente en los países industrializados quienes se desempeñan en las grandes empresas corporativas, con derechos como: seguro, atención médica y vacaciones pagadas (Jiménez, 1992). La seguridad que proporcionaba la prosperidad económica favoreció la dinámica turística y el número de viajes al extranjero, pues resultaba más factible al contar con mayores espacios libres para el esparcimiento. En este contexto, se extiende el acceso a los viajes entre la clase obrera y las nuevas clases medias europeas, sobre todo en dos de los mercados emisores más importantes: Reino Unido y Alemania (Mazón, Huete, Mantecón, 2009).

Conforme la cultura turística de los clientes se fue desarrollando, asociado con lo que Inglehart denominó "giro posmoderno", entendido como el proceso de sustitución de los valores que dan prioridad a la seguridad física y económica por

los que realzan un significado de la calidad de vida que trasciende los aspectos estrictamente materiales, el sector turístico comienza a diversificar su oferta. A la vez que se mantiene el modelo de producción industrial característico del "paquete turístico", aparecen nuevas fórmulas que satisfacen una demanda heterogénea, tales como: el ecoturismo, el turismo cultural, rural, urbano, etc. Dentro de estas recientes fórmulas turísticas que comienzan a surgir desde principios de los años ochenta, el turismo residencial se configura como una de las alternativas más poderosas para fortalecer al turismo industrial de paquetes de hotel, sol y playa (Aledo, 2008).

El turismo residencial se desarrolla fundamentalmente en la Europa Mediterránea y se asocia a procesos macro sociales tales como el desarrollo de un potente Estado de Bienestar europeo, el envejecimiento de la población de la Unión Europea (UE) o nuevas consideraciones sobre calidad de vida (Aledo, et, al. 2007). A estos factores habría que añadir un hecho importante al interior de la UE, que fue la firma del Tratado de Maastricht, que permitió a los ciudadanos europeos establecerse y adquirir inmuebles en cualquier país del viejo continente, lo que desencadenó un crecimiento urbanístico descontrolado en la Costa del Sol (España) y aumentó considerablemente el número de viviendas de uso turístico desde la década de los setenta<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Durante la década de los setenta, se dieron grandes inversiones por parte de compañías alemanas quienes compran grandes extensiones en la costa para urbanización y venta de segundas residencias.

De acuerdo con información del Censo de Población y Vivienda español, las segundas residencias evolucionaron de 2,7% del total en 1950 a 16,0% en 2001. El número de viviendas vacantes creció a un ritmo comparable: de 2,7% a 14,8% en el mismo período. Otras estadísticas señalan que entre 175,000 y 180,000 segundas residencias son vendidas en España cada año, de ellas el 50% son adquiridas por extranjeros principalmente británicos (52%) y alemanes (2%). Estas cifras evidencian la consolidación progresiva de la "cultura" de una segunda casa entre amplios sectores de la población.

De acuerdo con el observatorio turístico Cecoal, un conjunto de factores económicos, políticos, tecnológicos, sociales, turísticos y geográficos se han conjugado para el crecimiento del turismo residencial en el viejo continente, analizado desde la perspectiva de la oferta, enfocada a la construcción de unidades habitacionales para su venta. Véase **Tabla 6**.

**Tabla 6.-Factores de incidencia en el crecimiento del turismo residencial.**

| Factor            | Situación   |
|-------------------|---|
| <b>Económicos</b> | La unificación de los tipos de interés en la zona euro, la reducción del riesgo del tipo de cambio, el auge del sector inmobiliario y la incidencia en la generación de demanda fruto de la internacionalización de las compañías y su implantación en los principales mercados emisores. |
| <b>Políticos</b>  | La estabilidad geopolítica y seguridad jurídica han favorecido la percepción de los destinos, en los mercados internacionales, para la adquisición de vivienda residencial  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| <b>Tecnológicos</b> | La incidencia de Internet, como canal de promoción y comercialización de la oferta. Desde la perspectiva de la demanda, la aplicación de nuevas tecnologías al mundo laboral ha propiciado el incremento de la fórmula de teletrabajo, contribuyendo, de este modo, al incremento de la capacidad de desplazamiento y tiempo disponible.  |
| <b>Sociales</b>     | La actual dinámica demográfica junto con el adelanto de la edad de jubilación, ha favorecido la existencia de un importante volumen de demanda, que dispone de una elevada capacidad de gasto y disponibilidad de tiempo. Constituyen éstos un segmento de demanda caracterizado por la búsqueda de una oferta complementaria de servicios, -deportiva, comercial y de ocio-, adaptada, de forma plena, a sus necesidades y que contribuyan a la mejora de su calidad de vida en el destino seleccionado. |
| <b>Turísticos</b>   | La experiencia de la industria turística del destino y la existencia de una oferta de recursos, infraestructuras y servicios básicos y complementarios que contribuyan a la mejora de la calidad de vida de los turistas residenciales  |
| <b>Geográficos</b>  | Las condiciones ambientales, de forma destacada la climatología, constituyen aspectos clave para el éxito de un destino residencial. Junto a estos, destacan la proximidad y accesibilidad a los principales mercados emisores.   |

Fuente: Elaboración propia con base a Cecoal (2014).

El impulso de políticas neoliberales hacia el sector inmobiliario dio como resultado una mala planificación y un desarrollo urbano caótico en las costas españolas desde la óptica de la comunidad local. Es decir, se dio una masificación en la construcción de edificios destinados para su venta como segundas residencias, situación que permite entender la composición actual del casco

urbano de algunas ciudades del mediterráneo español, los efectos que esto ha ocasionado al paso de los años ya sean de tipo demográfico, ambiental, económico, social, político o cultural, y desde el ámbito académico la perspectiva desarrollada para el análisis del turismo residencial que lo equipara con el desarrollismo inmobiliario, incluso se le ha conceptualizado como Turismo Inmobiliario (Mazón y Aledo 1996).

### **3.2 Conceptualización del Turismo Residencial**

Algunas obras permiten identificar la génesis de lo que en esta investigación denominamos Turismo Residencial. Una de las consideradas como pioneras en la materia es la del investigador Aragonés (1979) "España en venta: compra de suelo por extranjeros y colonización de campesinos en la costa del sol". En su obra, Aragonés analizó los efectos de la venta de las zonas agrícolas en el municipio de Mijas, Málaga, para convertirlas en urbanizaciones turísticas que serían ocupadas por extranjeros, casi todos jubilados. En este ánimo, el hotel dejaba de ser protagonista del alojamiento y entraba en escena la vivienda de uso turístico (García Andrew, 2005). Por su parte, Mazón en su obra "La urbanización de la Playa de San Juan: un espacio turístico residencial" (1987) hacía notar el panorama urbanístico irracional, sobre-edificado y carente de los servicios básicos necesarios en esta playa ubicada en el municipio de Alicante, España. Sin embargo, ambas aportaciones se centraban en las consecuencias que generaba el desarrollismo inmobiliario en las zonas en mención y no en la actividad turística

residencial como sistema integrador, al que hacen alusión Aledo, Ortiz y García (2008).

En la actualidad, existe un debate en torno a la conceptualización del turismo residencial. En estas discusiones teóricas, encontramos algunos esfuerzos importantes desarrollados desde diversas perspectivas, entre las que sobresalen la de la oferta –enfocada principalmente al estudio del sector inmobiliario y sus efectos sociales, económicos, ambientales culturales- y la de la demanda –enfocada a la caracterización de sus protagonistas-; ambas perspectivas pueden o no resultar complementarias, dependiendo del contexto geográfico y el enfoque que adopte cada investigación. Ante ese contexto, y en busca de un concepto de turismo residencial que permita guiar el presente estudio, se hace una revisión de los elementos que se integran en los diversos aportes académicos.

En la literatura europea se han desarrollado algunas conceptualizaciones en torno al fenómeno del turismo residencial desde la perspectiva de la oferta y la demanda; en la primera línea, se ha trabajado respecto a su involucramiento con el sector inmobiliario, cuyo objetivo es la venta del suelo para su urbanización y/o edificación de viviendas de uso turístico. En este orden de ideas, se encontraron diversas propuestas por parte de los académicos de la costa española. Mazón y Aledo (2005), lo definen como:

"La actividad económica que se dedica a la urbanización, construcción y venta de viviendas que conforman el sector extra-hoteler, cuyos usuarios

las utilizan como alojamiento para veranear o residir, de forma permanente o semipermanente, fuera de sus lugares de residencia habitual, y que responden a nuevas fórmulas de movilidad y residencialidad de las sociedades avanzadas”.

Monreal (2001) entiende al turismo residencial como las colonias residenciales generalmente de ciudadanos de la tercera edad (de origen internacional) que deciden pasar en estos lugares el resto de su vida, llegando en determinados casos y lugares al empoderamiento en los destinos de residencia. Para Huete (2008), es la actividad de una tipología de turistas que utilizan con mayor frecuencia alojamientos no reglados y cuyas estancias son relativamente mayores que al del turismo vacacional.

Resulta evidente la influencia de la perspectiva crítica de Arrones, al equiparar el estudio del turismo residencial con el crecimiento del sector inmobiliario o *turismo inmobiliario*, como lo denominan Mazón y Aledo (2005), en el que se mezcla en el mismo sintagma los dos sectores productivos, el turístico y el inmobiliario, dejando claro que se produce vivienda para ser usada durante el tiempo libre o turístico, pero lo que se produce es un bien y no un servicio; dejando fuera diversos elementos que contempla el turismo residencial como un sistema integrador<sup>18</sup> (Aledo et al., 2008). Cabe resaltar los aspectos relevantes que

---

<sup>18</sup> Este sistema está desarrollado desde la perspectiva de la oferta, la cual incluye ocho variables claves –planificación y ordenación del territorio, consumo de suelo, prestigio del destino, tipología constructiva, precios, paisajes, recursos naturales y playas, escena urbana, mercado de retirados.

presentan los esfuerzos conceptuales de turismo residencial citados anteriormente, que identifican al segmento de personas de la tercera edad, gran parte de ellos jubilados, la utilización del alojamiento extra hotelero y las estancias mayormente prolongadas a las del turismo convencional, como características esenciales en esta dinámica turística.

Por otro lado, existen algunas propuestas que presentan inconsistencias al señalar la estancia –espaciotemporal- del turismo residencial como semipermanente o permanente, existiendo una frontera conceptual, entre turismo y migración, así como en las metodologías para el abordaje en cada uno de los casos. Para Torres (2003), el concepto de turismo residencial lleva en su propia definición su contradicción más evidente, ya que por su principal característica -la residencia- no debiera ser considerada como turismo en la mayoría de los casos. Desde su opinión, buena parte de ese complejo fenómeno que se conoce como turismo residencial, se caracteriza porque el hipotético turista traslada su residencia a un destino turístico, por lo que, a partir de ese momento, no entraría dentro del universo turístico. Otra de sus críticas gira en torno a la incorporación a la fuerza laboral dentro de los destinos, a fin de obtener beneficios económicos. Sus percepciones sobre el tema claramente hacen referencia a las características que presentan los desplazamientos migratorios, no obstante, propone un concepto de turismo residencial mediante una mezcla de su crítica y las prácticas turísticas tradicionales.



A decir de Torres (2003), el turismo residencial es aquel que protagonizan las personas, normalmente agrupadas en unidades familiares, que en un proceso temporal determinado, se trasladan a ciertos espacios, habitualmente destinos turísticos tradicionales, vinculándose a los mismos por largos periodos de tiempo mediante relaciones inmobiliarias, en los que realizan estancias más prolongadas que los turistas tradicionales, llegando incluso a fijar en ellos su residencia habitual, en busca de vivencias y satisfacciones similares a las de los anteriores, principalmente, la calidad de vida, las oportunidades de ocio, buenas comunicaciones y un ambiente socialmente satisfactorio. Por su parte Femke (2013), lo entiende como:

“El fenómeno en que las personas se establecen temporal o permanentemente en un destino turístico y compran una casa, apartamento o un terreno. A menudo se trata de personas de origen europeo o norteamericano que emigran hacia ‘el sur’ en busca de un estilo de vida más relajado, menor costo de vida, mejor clima”.

Ahora bien, resulta importante señalar que el origen del investigador, además de los contextos donde se han desarrollado las diversas aportaciones, ha influido en el abordaje del fenómeno turístico residencial. En este orden de ideas, encontramos otras propuestas en la bibliografía anglosajona que ha mostrado notables reticencias a la denominación de turismo residencial y ha preferido el término *second homes* o segundas residencias en español (Coppock, 1977),

Migración Internacional de Retirados (Wiseman 1980; Rodríguez *et al.*, 1996; King, 2000; Wames, 2001) o bien como *lifestyle migrations* o migración por estilo de vida en español (Benson O'Reilly 2009).

Entre los conceptos desarrollados en la literatura anglosajona para caracterizar el fenómeno residencial encontramos el de *Migración Internacional de Retiro*. Entendida como "el movimiento geográfico que realizan las personas jubiladas de manera prolongada traspasando los límites geográficos de su país de origen" (Wiseman, 1980). Por su parte Benson y O'Reilly (2009) aportan el concepto de migración por estilo de vida *-Lifestyle Migration-* para dar explicación al comportamiento de movilidad que efectúan las personas con el fin de mantenerse en forma, tanto física como psicológica; de la posibilidad de consumir cultura, de mantenerse informados, de poder elegir una u otra forma de ocio, de rodearse de pequeñas o grandes comodidades: "una movilidad espacial de individuos relativamente adinerados de todas las edades que se movilizan por cortas o largas temporadas a lugares que por varias razones les ofrecen una mejor calidad de vida"

**Tabla 7.- Conceptualizaciones en torno al fenómeno turístico residencial**

| Autor/año           | País/Perspectiva | Concepto            | Elementos conceptuales   |
|---------------------|------------------|---------------------|--|
| Mazón, Aledo (2005) | España - Oferta  | Turismo Residencial | La actividad económica que se dedica a la urbanización, construcción y venta de viviendas que conforman el sector extra-hotelerero, cuyos usuarios las utilizan como alojamiento para veranear o residir, de forma |

---

|                       |                 |                        |   |
|-----------------------|-----------------|------------------------|---|
|                       |                 |                        | permanente o semipermanente, fuera de sus lugares de residencia habitual, y que responden a nuevas fórmulas de movilidad y residencialidad de las sociedades avanzadas”   |
| <b>Salva (2005)</b>   | España - oferta | Turismo<br>Residencial | La “relocalización de distintos sectores de la población en destinos extranjeros en los que residen largos periodos de tiempo, utilizando básicamente alojamientos no turísticos”, en esta modalidad por lo tanto se excluyen las estancias en establecimientos hoteleros, apartamentos turísticos y otros tipos de infraestructura turística. Sin embargo no quedan claros los criterios que deciden el carácter turístico de los departamentos y qué son largos periodos de tiempo. |
| <b>Huete, (2008)</b>  | España- oferta  | Turismo<br>Residencial | La actividad de una tipología de turistas que utilizan con mayor frecuencia alojamientos no reglados, y cuyas estancias son relativamente mayores que al del turismo vacacional   |
| <b>Monreal (2001)</b> | España- Oferta  |                        | las colonias residenciales generalmente de ciudadanos de la tercera edad (de origen internacional) que deciden pasar en estos lugares el resto de su vida, llegando en determinados casos y lugares al empoderamiento en los destinos de residencia   |
| <b>Torres (2003)</b>  |                 |                        | Es aquel que protagonizan las personas, normalmente agrupadas en unidades familiares, que, en un proceso temporal determinado, se trasladan a ciertos espacios, habitualmente destinos turísticos   |

---

---

|                         |   |
|-------------------------|---|
| <b>Femke<br/>(2013)</b> | <p>tradicionales, vinculándose a los mismos por largos periodos de tiempo mediante relaciones inmobiliarias, en los que realizan estancias más prolongadas que los turistas tradicionales, llegando incluso a fijar en ellos su residencia habitual, en busca de vivencias y satisfacciones similares a las de los anteriores, principalmente, la calidad de vida, las oportunidades de ocio, buenas comunicaciones y un ambiente socialmente satisfactorio.</p> <p>El fenómeno en que las personas se establecen temporal o permanentemente en un destino turístico y compran una casa, apartamento o un terreno. A menudo se trata de personas de origen europeo o norteamericano que emigran hacia 'el sur' en busca de un estilo de vida más relajado, menor costo de vida, mejor clima, etc.</p> |
|-------------------------|---|

---

Fuente: elaboración propia

Si bien, los dos enfoques analizados anteriormente derivan de diversos estudios en distintas áreas geográficas, es importante distinguir las aportaciones desarrolladas desde ambas perspectivas -oferta y demanda- así como sus coincidencias, entre las que se identifican cuatro elementos básicos: 1) las motivaciones fundamentales del turista residencial son similares a las del turista vacacional, 2) las rentas que disfruta el turista provienen del exterior del destino – estas dos características son elementales del concepto de “turista”-, 3) la permanencia del turista en el destino es prolongada –muy superior a la de los turistas convencionales, y 4) la estancia se realiza en un alojamiento privado

"segunda residencia" que puede disfrutarse bien en régimen de propiedad o bien en alquiler (Pirles y Ramón 2010).

Otros conceptos propuestos por académicos procedentes de países emisores de turistas residenciales, tales como Reino Unido, se centran en las modalidades de adaptación (o no-adaptación) de los turistas residenciales a su entorno social y, viceversa, en relación a las reacciones de las sociedades de acogida (ver Williams, King y Warness, 1997; Hall y Muller, 2004; O'Reilly, 2009), mientras que desde el lado de la oferta, es decir, los investigadores de los países receptores, han preferido estudiar e identificar los impactos generados por este modelo de desarrollo turístico (Aledo, Mazón, Mantecón, Huete, García, Salva y Torres). No obstante, han sido aportaciones que han enriquecido el estudio del fenómeno turístico residencial y a su vez, han generado divergencias entre ambas perspectivas.

Para el caso del estudio de turismo residencial en destinos de sol y playa pertenecientes a diversos países, nos lleva a considerar la existencia de un marco jurisdiccional diferenciado, así como los diferentes contextos turísticos, socioeconómicos y medioambientales. A fin de aportar un concepto de turismo residencial que guíe esta investigación, partiremos de la propuesta del máximo organismo regulador de la actividad turística (OMT), que define al turismo como: "los desplazamientos de personas a lugares distintos al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado". Esta definición dará

los primeros elementos de análisis: el tiempo de la estadia, que debe ser inferior a doce meses consecutivos, con fines de ocio y no de negocios o para ejercer alguna actividad remunerada. Por otro lado, se ubica al turismo residencial en las nuevas formas de hacer turismo, en las que participan principalmente personas jubiladas, o próximas a hacerlo, procedentes del continente europeo y de Norteamérica.

Se entiende el turismo residencial como "un fenómeno relacionado con las nuevas formas de movilidad, residencialidad y ocio, propias de la posmodernidad tardía y de la globalización, protagonizado principalmente por jubilados procedentes de sociedades opulentas" (Aledo, 2008). A menudo se trata como ya se había mencionado, de personas de origen europeo o norteamericano que se desplazan hacia 'el sur' en busca de un estilo de vida más relajado, un menor costo de vida y un mejor clima (Femke, 2010). Se trata de personas que, una vez finalizado su ciclo productivo, buscan nuevos asentamientos en climas cálidos y benignos para poder disfrutar una mejor calidad en su vida cotidiana (Aledo, Mazón, Mantecón, 2007).

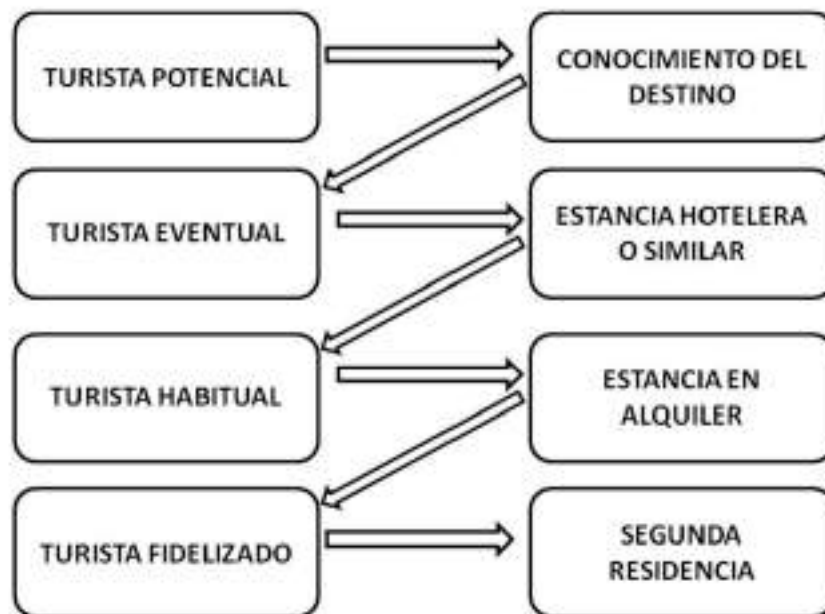
### **3.3- Proceso de generación del turismo residencial**

El tema de la residencia temporal o permanente de las personas jubiladas en su dinámica turística residencial ha desembocado en la discusión de las relaciones entre turismo y migración de retiro. Se trata de decidir si las personas que residen durante periodos de tiempo más o menos prolongados en viviendas emplazadas

en áreas turísticas, o en sus zonas de influencia, movidos por razones que tienen más que ver con la búsqueda de un lugar en el que disfrutar del ocio que con la realización de una actividad económica, han de ser consideradas inmigrantes, turistas residenciales o simplemente residentes. Para Salva (2011), la dinámica responde a la evolución del ciclo de vida de los turistas. Las personas que previamente fueron turistas de alojamiento hotelero se transforman en turistas residenciales a través de la adquisición de segundas residencias.

Esta idea coincide con lo que señala Torres (2003), que identifica al turismo residencial como un proceso de elección con una perspectiva a largo plazo, en el que casi siempre es protagonista la unidad familiar y que implica la adquisición, o una vinculación contractual prolongada, respecto de un inmueble y, normalmente también, a unas instalaciones y servicios. Se trata además, habitualmente, de un proceso evolutivo dilatado en el tiempo. Es decir, la unidad familiar que decide vincularse de una forma más permanente de la que hasta ahora tenía a un destino, no lo hace normalmente de una manera espontánea, precipitada o sobre la marcha, sino que lo estudia con detenimiento y examina las opciones que se le presentan durante cierto tiempo hasta que toma una decisión final. Véase **Figura 5**.

**Figura 5. - Proceso de generación del turismo residencial**



Fuente: Torres (2003)

### 3.4 Proceso de elección del destino residencial

Ahora bien, el proceso de toma de decisiones de los destinos de turismo residencial debe ser considerado como un proceso complejo, ya que se encuentra inserto en la determinación no sólo de las características del destino, sino también por las circunstancias y características de quienes tienen que decidir su traslado (Huete, 2008).

Para Roseman (1983), la selección del destino puede ser vista como el resultado de dos decisiones: 1) la elección entre un abanico de opciones de destinos potenciales sobre los que se piensa a lo largo de la vida, y 2) la selección entre un número reducido de destinos (normalmente uno o dos) que son



considerados en el momento de la decisión del traslado. La selección final se basa en una combinación de factores que incluyen los económicos y no económicos; micro (los atributos de un lugar) y macro (las características de una región mayor).

Uno de los modelos que permiten entender el proceso de toma de decisión residencial es propuesto por Wiseman (1980), sin embargo, cabe aclarar que dicho modelo está desarrollado bajo una perspectiva migratoria de personas jubiladas. Su propuesta contempla dos momentos: primero, la decisión de emigrar; segundo, la selección del destino. El proceso empieza en muchos casos con un "efecto palanca" (*trigger effect*) que hace que las personas piensen en la posibilidad del traslado. En la mayoría de los casos estos mecanismos son la propia jubilación y el consiguiente cambio en ese momento de su vida. La localización es la siguiente consideración, seguido de la selección del destino. Finalmente, ocurre el hecho del traslado, aunque existe la posibilidad de que el proceso de decisión comience de nuevo a partir de su experiencia en el destino.

Cuba Lee (1991) señala que la mitad de los migrantes retirados se ven influenciados por un destino específico, esto es, tienen un único destino en mente. Además, aquéllos que consideran varios destinos eligen entre muy pocas alternativas. Finalmente, Cuba enfatiza en el hecho de que el destino vacacional repetido se convierte en el destino de retiro.

Abellán (1993) propone un modelo explicativo del proceso de la toma de decisión de migrar de las personas mayores que distingue dos fases: la decisión

de emigrar propiamente dicha y la elección del destino escogido para el cambio residencial. En la primera intervienen factores personales (edad, renta, estilo de vida, salud, etc.), ambientales (vivienda, ruido, tráfico...) y sociales (seguridad económica, estado de bienestar). La segunda fase se basa en el conocimiento previo del lugar y en los valores sociales asociados al mismo. De este modo, el traslado por motivos residenciales se relaciona intensamente con los mismos factores de atracción que los destinos turísticos elegidos para viajes vacacionales.

#### **3.4.1 Factores de selección del destino residencial**

Dentro de los factores que inciden en el proceso de selección de los destinos turísticos residenciales, las motivaciones asumen un rol significativo. En ese sentido se entiende a la motivación como una necesidad o condición que ejerce un empuje en el individuo hacia determinado tipo de acción que considera le retribuirá una satisfacción". En relación con el turismo, la motivación es el inicio del proceso de consumo turístico y se estimula a partir de un complejo conjunto de influencias económicas, sociales, psicológicas, culturales, políticas y ambientales (Moutinho, 1987).

Una manera de entender la motivación del turismo residencial, es a partir de los factores de empuje y de atracción ("*push & pull factors*"). Este modelo ha sido utilizado en diversos estudios sobre motivaciones. Los factores de escape son las cuestiones que motivan a los turistas residenciales a salir de su país temporalmente, tales como un alto costo de vida, los altos costos médicos y la insatisfacción con varios aspectos del país de origen, como el clima, el estilo de

vida, la delincuencia y la situación política. Mientras que los factores de atracción hacia el destino resultan aquellos que se oponen a los de empuje, como: un menor costo de vida (por ejemplo, la opción de adquirir una propiedad y el cuidado de la salud a menor costo), un clima atractivo y una mejor calidad de vida (estilo de vida más relajado). No obstante, pueden incluirse también atracciones naturales: el paisaje (el idilio rural), la cultura local, las redes sociales, las políticas nacionales (por ejemplo, incentivos fiscales, requisitos de visado, la política de tierras), la situación política, la infraestructura y servicios, la proximidad geográfica y cuestiones de seguridad (Femke, 2010). Por su parte, Beerli, Martin (2004) añaden el atractivo de descubrir nuevas culturas, formas de vida, asistir a eventos culturales, el descanso y la relajación, y buscar la recreación y entretenimiento.

Huete (2008) señala que tanto la motivación hacia el viaje como la elección del destino están relacionadas con la personalidad del individuo pero, de forma muy evidente, están sujetas a condicionantes sociales y demográficas. Los procesos motivacionales radican en la estructura social: realmente los sujetos se encuentran motivados en función de su posición en dicha estructura social. La participación en el ocio turístico y las necesidades asociadas al tiempo libre están muy influidas por la edad. Al hacerse mayores, los ciudadanos, tanto como turistas o como residentes, requieren más servicios como cuidados médicos y de bienestar. Aparecen las motivaciones relacionadas con la salud y la participación en actividades sociales relajadas. La duración, distancia y forma de transporte elegida también están muy relacionadas con la edad, por lo que estas restricciones inciden en la motivación. También influye el ciclo de vida en cuanto a

las relaciones familiares, es decir, si una persona vive en pareja o si tiene hijos incide en la motivación para el traslado, tanto turístico como residencial.

#### **3.4.2 Factores sociales, económicos, ambientales.**

La clase social es uno de los factores más influyentes para la motivación de los turistas. Es un concepto complejo que tiene que ver con el poder, el dinero, la ocupación y los estudios o formación, entre otras dimensiones. La clase social junto con el sexo y la edad son las variables que se suelen utilizar a la hora de segmentar el mercado turístico. La clase social a la que se pertenece es un concepto que puede ser interpretado por el individuo en términos subjetivos. Los destinos turísticos suelen ser asociados con determinadas clases sociales, por lo que si un individuo pretende pertenecer a una clase social tenderá a elegir un destino asociado a ella. Esta cuestión tiene relación con la satisfacción de la necesidad de ostentación y exteriorización del bienestar económico (Lanquar, 1985, citado en Huete, 2008).

En la literatura del proceso de elección de los destinos residenciales encontramos diversos factores que son determinantes, como la bonanza climática, en algunos casos asociada al paisaje y a los beneficios sobre la salud, junto con la hospitalidad. También están las experiencias previas como turista o como inmigrante laboral en el lugar (en términos de fidelidad al destino), la percepción de las condiciones ambientales (climáticas y para el bienestar físico) y la imagen

del destino en cuanto a características sociales y económicas variadas (Rodríguez, Fernández-Mayoralas y Rojo, 1998).

Por su parte, en un estudio realizado en Andalucía, España, Raya y Mellado (2001) encontraron entre los principales factores de elección de destino: el sol, el clima, el paisaje, las playas, la tranquilidad, el carácter de la gente, los precios de la vivienda, las instalaciones turísticas, la cercanía de su primera residencia, las características del municipio, las características de la urbanización, las características de la vivienda, la cercanía a un puerto deportivo, acceso a un campo de golf y otros elementos no determinados. Por otro lado, subrayan que el turista residencial, por sus características de estancias prolongadas, busca además del ocio una cierta calidad de vida que identifica con el lugar elegido.

Kallan (1993), en un estudio realizado en Estados Unidos a personas del sexo masculino, señala que entre los principales predictores que determinan la migración de varones de edad avanzada en ese país, destacan dos grupos de variables: las variables a nivel individual como la edad, el estatus marital, el hecho de estar jubilados, el nivel de ingresos y el estatus de salud, y por otro lado, las variables contextuales como el clima o el coste de la vida.

Para Huete (2008), la comprensión de los procesos de toma de decisiones de los turistas en la selección del destino turístico ayuda a una mejor planificación de los destinos turísticos, además de ser útil para saber qué influencias positivas

deben reforzarse y qué influencias negativas deberán contrarrestarse mediante las técnicas de comunicación y mercadotecnia.

Al considerar la percepción de los factores que influyen en las decisiones de viaje del turista, la planificación del destino podrá ser más efectiva y preventiva. A partir de una planificación apropiada, los costes sociales, económicos y ambientales de un desarrollo no planificado podrán mitigarse. Siguiendo este mismo argumento, una adecuada planificación de los desarrollos turístico-residenciales debe contemplar el conocimiento de los factores que influyen en la selección de un destino para los turistas residenciales.

### **3.5- Fenómeno Turístico residencial en el mundo**

En los países desarrollados, la movilidad residencial con fines de ocio es practicada principalmente por personas jubiladas con buena salud, abundante tiempo libre y recursos económicos, quienes se desplazan desde lugares de climas fríos hacia áreas climáticas templadas. En el caso del continente europeo, los principales países receptores de jubilados se ubican en la región mediterránea, destacando Portugal, Italia, Grecia, Turquía, Hungría y España (King et al., 1998). Oceanía, Australia y Nueva Zelanda también son populares entre los pensionados del norte de Europa y de Asia.

En el caso del continente americano, la demanda de los países del norte – Estados Unidos y Canadá- se hace presente en naciones de clima cálido, como

Costa Rica, Panamá, Guatemala, Colombia, Brasil o Argentina, pero sobre todo en México -debido a su ubicación dentro del bloque de Norteamérica y su antecedente como principal destino receptor de turistas procedentes de Estados Unidos y Canadá-.

### **3.5.1 Fenómeno turístico residencial en México**

La presente investigación se enfoca al estudio del turismo residencial de origen estadounidense; cerca de cuatro millones de estadounidenses se retiran cada año en Estados Unidos. Este segmento representa una derrama de 433 millones de dólares para los países receptores, lo que significa 3.62% de los ingresos totales captados por el turismo internacional en el año 2001 (Lizárraga, Castro, 2008)

A través de la revisión de la literatura dedicada al estudio de este segmento de mercado, se identifican algunos antecedentes de flujos turísticos residenciales principalmente por parte de pensionados y jubilados procedentes de Estados Unidos, que incrementarían paulatinamente hasta consolidar al país como uno de los principales destinos residenciales de los estadounidenses. Estos desplazamientos inician en los años inmediatos al fin de la Segunda Guerra Mundial. A decir de Palma (2006), los primeros retirados de origen estadounidense<sup>19</sup> se internaron a México en la segunda mitad del siglo XX, con el

---

<sup>19</sup>Se trataba de artistas e intelectuales que habían elegido pueblos como Ajijic localizado en la rivera del lago de Chapala en Jalisco, así como San Miguel de Allende en el estado de Guanajuato y Acapulco, puerto donde tempranamente y en los albores del boom turístico se instalaron estrellas del cine y otros destacados personajes de la farándula.

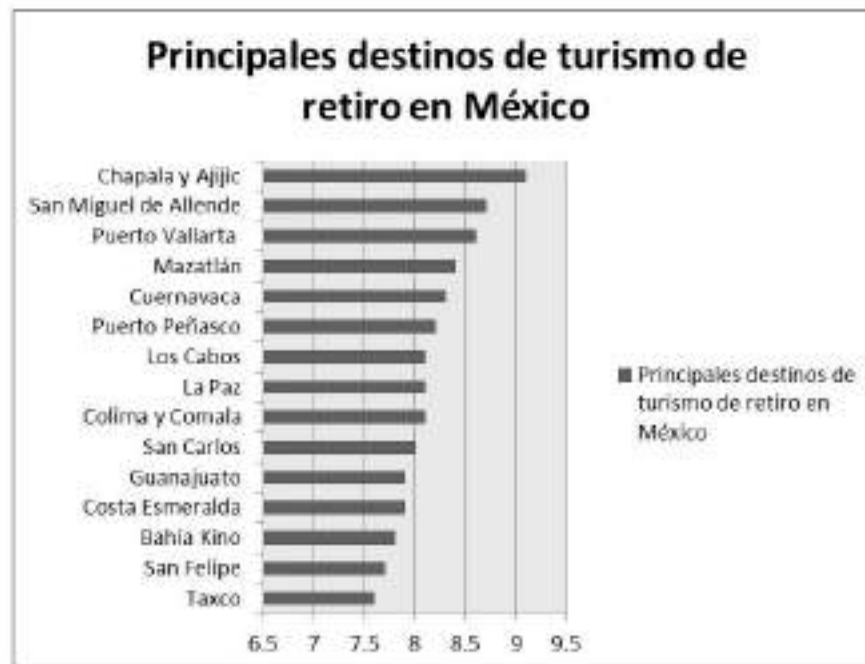
propósito de conocer ciertos sitios que en ese tiempo se distinguían por su belleza física, su medio ambiente natural y por ser espacios donde ellos podían llevar una vida tranquila y aislados de los contrastes de la sociedad estadounidense.

Entre la década de los sesenta y setenta, el establecimiento de retirados de origen estadounidense se consolida en México, sin embargo, la composición social de esta población cambia: ya no se trata de artistas e intelectuales, ahora, son pensionados de empresas transnacionales y privadas, jubilados de dependencias gubernamentales y militares veteranos. En este periodo emergen nuevos destinos en México que darían acogida a esta población – Guadalajara, Puerto Vallarta, Cuernavaca, los estados de Sonora y Sinaloa y a lo largo de la península de Baja California (Palma, 2006).

En la actualidad el fenómeno turístico residencial es notorio en varios lugares de México – Chapala, Ajijic, San Miguel de Allende, Puerto Peñasco, Los Cabos, Puerto Vallarta, Mazatlán, véase **Grafica 1**. De acuerdo con un dato del Centro de Estudios Superiores en Turismo (Cestur), dependencia de la Secretaría de Turismo, México es lugar de residencia temporal de aproximadamente un millón de estadounidenses, la tercera parte de los cuales son retirados mayores a 55 años.



Grafica 1.- Principales destinos de turismo residencial.



Fuente: MPI, 2006

### 3.5.2-Estadísticas del fenómeno turístico residencial.

Las estadísticas oficiales sobre la población estadounidense en México son muy contrastantes, por ello la cuantificación se vuelve una tarea difícil por las variaciones entre las fuentes estadísticas oficiales de ambos países. En el territorio mexicano por un lado se cuenta con los datos de SECTUR, que emite sus estadísticas con base en un total de llegadas medidas mediante el arribo aeroportuario. Ahora bien, si se toma como referencia el último registro de estadounidenses en edad adulta mayor referente a esta fuente, que fue de 5.9 millones de turistas estadounidenses, de los cuales el 45% estaba en una edad

promedio de los 56 a los 65 años, esto nos da un total de 2.6 millones de turistas adultos mayores, sin embargo, sería aventurado señalar que el total de estos turistas corresponden al segmento de turismo residencial. Ante esta situación, cabe destacar que las estadísticas oficiales no reconocen la dinámica turística y mucho menos una segmentación.

**Tabla 8.- Llegadas de turistas estadounidenses a México 2008-2012**

|          | 2008      | 2010      | 2011      | 2012      | Var% | Var% | Var% |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------|------|------|
| Turistas | 5,810,019 | 5,007,533 | 5,728,166 | 5,941,914 | 2.3  | 0.6  | 3.7  |

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR

Por otro lado, se cuenta con los registros del Instituto Nacional de Migración (INM) con sede en cada una de las delegaciones regionales; esta fuente señala que hasta enero del año 2010 en el país habían registrados oficialmente un total de 116,666 estadounidenses (INM, 2010). Cabe señalar que este número de estadounidenses son solamente los registrados bajo las formas migratorias para extranjeros Fm3 y Fm2; no inmigrante y migrante, respectivamente. Los estadounidenses que residen legalmente en México pueden hacerlo bajo las formas Fm2, Fm3, o bien, el FmT para turistas. Los internados al país con esta última forma migratoria pueden estar en México hasta por 6 meses y renovar la visa después de ese tiempo. Considerando lo antes mencionado, la dinámica de turismo residencial concentra a un gran número de estadounidenses que se internan al país bajo esta forma migratoria y de la cual no existe un registro o sub categoría en el INM que permita identificarlos. Ésta es otra deficiencia de las

fuentes estadísticas en México que complica la aproximación a la cuantificación del fenómeno turístico residencial.

Las fuentes estadísticas del Instituto de Política Migratoria de los Estados Unidos (MPI) señalan que un total de 1'036.300 estadounidenses habitan en territorio Mexicano (MPI, 2006). Para el sociólogo estadounidense Mike Davis, en un plazo de diez años esta población aumentó de 200 mil a 1 millón, pero el autor aclara que "ni las autoridades mexicanas ni las estadounidenses han llegado a un consenso en cuanto al número exacto de ciudadanos estadounidenses que viven en México" (Davis, 2006 citado en Lizárraga, 2011).

Otra fuente que permite tener una estimación del fenómeno, es el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos, que emite los cheques del Seguro Social a los retirados de ese país. En el año 2003, este Departamento de Estado estimó 750,000 cheques que fueron enviados por correo a estadounidenses residentes en México. Sin embargo, esta fuente no cuenta a aquellos estadounidenses que viven en territorio mexicano, pero que aún mantienen su apartado postal en Estados Unidos (Croucher, 2009 citado en Lizárraga, 2011).

En lo que respecta al censo de población y vivienda mexicano, no se cuenta con una categoría que permita identificar una vivienda de uso cotidiano a una de uso turístico o segunda residencia; cabe señalar que todos los estadounidenses pueden adquirir inmuebles en la zona restringida del país pagando un fideicomiso,

al igual que cualquier residente extranjero. De acuerdo con Hiernaux (2004), en México pudieran existir alrededor de 600,000 viviendas de uso turístico o segundas residencias, sin embargo, no señala si corresponden al uso turístico de extranjeros o integra turistas nacionales.

Con base en las fuentes existentes en México, tan diversas y limitadas, la obtención de datos válidos y fiables referentes al turismo residencial de origen estadounidense en el país se torna una tarea difícil, y pone de manifiesto el problema del sub-registro. Estos y otros factores han impedido construir una estimación precisa del contexto y la magnitud actual del fenómeno. Sin embargo, resulta relevante su abordaje por la conformación de la estructura poblacional en Estados Unidos, que concentra más del 30% en la generación del *Baby boom*.

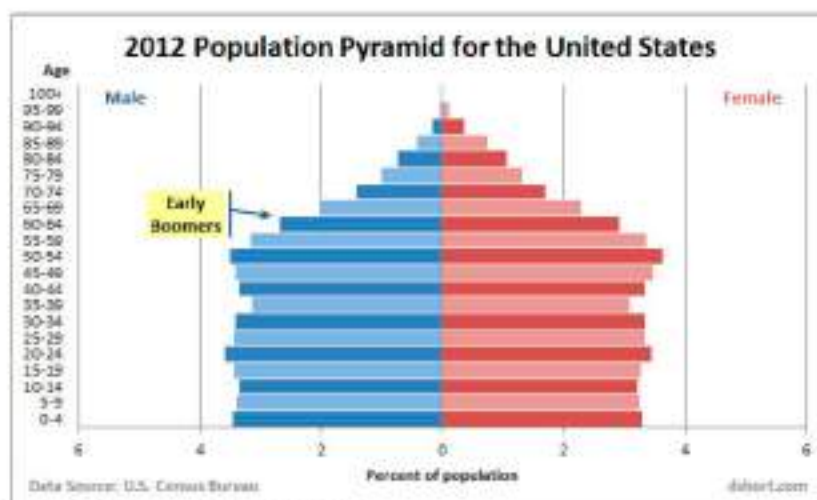
### **3.6 *Baby boomers***

La composición de la población en Estados Unidos evidencia la posibilidad de crecimiento del turismo residencial para los próximos años. Las masivas jubilaciones de los *baby boomers* -4 millones cada año- resultan determinantes para el flujo de estadounidenses de la tercera edad. De acuerdo con el Censo de Estados Unidos, en el año 2010 había 310.233 millones de habitantes en ese país, de los cuales 127.03 millones estaban por arriba de los 45 años de edad, con una concentración del sesenta y cuatro por ciento de ese total entre 45 y 64 años (*baby boomers*) y un treinta y dos por ciento de los 65 en adelante (US. Census Bureau, 2011). En la actualidad, el 31% de la población estadounidense se

concentra en la generación *baby boomer*, que para el año 2011 se encontraban en un rango de edad de 47 a 65 años, destacando que de un total de 78.058 millones, el 51% son del sexo femenino y el 49% masculino.

La generación de *baby boomers* presenta una mayor esperanza de vida con respecto a las generaciones anteriores. En promedio un *boomer* se inició en el trabajo a los 22 años y se retiró a los 62, con una esperanza de vida de 83 años; es decir 40 años laborando y 21 años de vida de retiro (BBVA, 2007).

Gráfica 2.- Pirámide poblacional de Estados Unidos



Fuente: Oficina del Censo de Estados Unidos.

Del grueso total de los *baby boomers* se identifican dos grupos: los primeros *baby boomers* u *older boomers* (nacidos entre 1946 y 1954) y los segundos *baby boomers* o *younger boomers* (nacidos entre 1955 y 1964) (Dailey, 2005, citado en Lizárraga, 2008). El ingreso anual promedio de los *baby boomers* se ubica en el rango de los \$75,000 dólares americanos, mientras que el ingreso

real promedio de EUA es \$46,326 dólares; los *boomers* son propietarios de 45.8 millones de viviendas, dentro de las cuales habitan un promedio de 2.9 personas por hogar (MetLife, 2007).

En cuestión de escolaridad, tanto los *older boomers* como los *younger boomers* presentan mayor nivel que las generaciones anteriores a ellos: el 88.8% cursaron *high school*, mientras que el 28.5% tienen grado de *Bachelor's*<sup>20</sup> o más. Los *baby boomers* con grado de *high school* perciben un ingreso anual de 29,448 dólares, mientras que los que tienen un grado universitario perciben 54,689 dólares; finalmente los que tienen un grado de maestría o doctorado perciben un promedio de 79,946 dólares (MetLife, 2007).

De acuerdo a Kiy y Mc Enany (2010), el valor del gasto promedio anual que ejercen los estadounidenses retirados en México es de aproximadamente 18 mil millones de dólares mensuales, cifra similar a las remesas de los migrantes mexicanos en Estados Unidos.

### **3.6.1- Beneficios del *Social Security***

Dado que los turistas residenciales de origen estadounidense en muchos de los casos son jubilados, es preciso dar un contexto de su sistema de seguridad social

---

<sup>20</sup>El término *high school* hace referencia a dos niveles educativos; secundaria y preparatoria, mientras que el *bachelors* a estudios universitarios.

que resulta una herramienta económica fundamental en su éxodo residencial temporal hacia México.

El sistema de seguridad social o *Social Security* ofrece beneficios a jubilados, incapacitados dependientes y sobrevivientes. Si bien el sistema no fue creado solo pensando en los retirados, el 70% de los beneficios se concentra en ellos, es decir que de cada 10 personas beneficiadas por el seguro social, 7 han concluido su ciclo laboral (SSA, 2009).

El escenario hasta el año 2011 indicaba 164 millones de personas trabajando para obtener la protección del sistema de Seguridad Social y alrededor de 55 millones recibían beneficios por jubilación e incapacidad o como sobrevivientes (SSA, 2011). De los benefactores, treinta y cinco millones son trabajadores jubilados; en promedio, cada persona recibe 1,200 dólares mensuales, totalizando 41.5 billones tan solo para este segmento. Véase **Tabla 9**.

**Tabla 9.- Ingresos percibidos por los beneficiarios de *Social Security* en el año 2011**

|                               |              |                 |                                |
|-------------------------------|--------------|-----------------|--------------------------------|
| <b>Trabajadores retirados</b> | 35 millones  | \$41.5 billones | \$1,181 monto mensual promedio |
| <b>Dependientes</b>           | 2.9 millones | \$ 1.7 billones |                                |
| <b>Incapacitados</b>          | 8.4 millones | \$ 9 billones   | \$1,070 monto mensual promedio |
| <b>Dependientes</b>           | 2 millones   | \$ .6 billones  |                                |
| <b>Sobrevivientes</b>         | 6.3 millones | \$ 6.3 billones | \$1,139 monto mensual promedio |

Fuente: SSA, 2011 June 2011 Beneficiary Data.

Los beneficios otorgados por el SSA se calculan con base en el promedio de las ganancias durante la vida laboral del trabajador. Las ganancias vitalicias más altas producen mejores beneficios. La edad en la que se deciden jubilar también influye en la cantidad del ingreso. Un estadounidense puede iniciarse como benefactor del SSA por jubilación a los 62 años de edad, pero si se jubila antes de alcanzar la edad plena de jubilación, sus beneficios serán reducidos. Por ejemplo, si se jubila a los 62 años, sus beneficios serán aproximadamente 25% más bajos de lo que serían si espera hasta su plena edad de jubilación (SSA, 2011).

Si la persona nació antes de 1944, por ley ya tiene derecho a recibir los beneficios completos por jubilación. Si nació entre 1943 y 1960, su plena edad de jubilación aumenta gradualmente hasta los 67 años de edad<sup>21</sup>. Véase **Tabla 10**.

**Tabla 10.- Edades para recibir beneficios completos del *Social Security***

| Edad para recibir beneficios de Seguridad Social |                    |
|--|--------------------|
| Año de nacimiento                                | Edad de Jubilación |
| 1943-1954  | 66 años            |
| 1955   | 66 y 2 meses       |
| 1956   | 66 y 4 meses       |
| 1957   | 66 y 6 meses       |
| 1958   | 66 y 8 meses       |

<sup>21</sup> **NOTA:** A veces las personas con problemas de salud se ven obligadas a jubilarse temprano. Si no puede continuar trabajando debido a su salud, debe considerar solicitar beneficios de Seguro Social por incapacidad. La cantidad del beneficio por incapacidad es igual al beneficio completo de jubilación, sin reducción. Si recibe beneficios de Seguro Social por incapacidad, se convertirán en beneficios por jubilación cuando cumpla su plena edad de jubilación.



| Edad para recibir beneficios de Seguridad Social   |               |
|--|---------------|
| 1959   | 66 y 10 meses |
| 1960 y después   | 67 años       |
| <p><b>NOTA:</b> Las personas nacidas el primero de enero de cualquier año deben referirse al año anterior.</p> |               |

Fuente: SSA, 2011

Un estadounidense requiere de un 70 a 80% de su ingreso previo a la jubilación para llevar una vida de retiro cómoda. Sin embargo, el Seguro Social solamente reemplaza un 40% de los ingresos previos a la jubilación de un trabajador común. Novelli (2006) señala que el ingreso de un estadounidense jubilado se sustenta en tres pilares: el beneficio que otorga el *social security*, su pensión laboral y los ahorros acumulados durante su vida productiva. Esta pérdida de valor social y económico, que representa su jubilación, hace repensar a los estadounidenses a practicar dinámicas turísticas de largas temporadas, como es el caso de Turismo Residencial.

### 3.7 Desarrollismo inmobiliario en México.

Desde principios de la década de los '60 se ha promocionado a las comunidades costeras de México como alternativas deseables para el retiro entre los jubilados estadounidenses que buscan una propiedad cercana a la playa y vistas al mar a precios mucho más accesibles que en Estados Unidos –en California o Florida–.

En este contexto, en las últimas dos décadas ha sido notorio el incremento de los jubilados estadounidenses y canadienses que han buscado hacerse de una propiedad en México por ser un destino de bajo costo, por su clima agradable y su ubicación geográfica cercana a sus comunidades de origen en Norteamérica. Estos atributos han convertido a México en el destino número uno para el retiro en el extranjero entre los adultos mayores estadounidenses, lo cual ha ocasionado un crecimiento de desarrollos inmobiliarios en las costas mexicanas, que llegó a su punto más alto en los años 2005 y 2006 extendiéndose desde Playas de Tijuana-Rosarito a Los Cabos, a lo largo de la península de Baja California, y desde Puerto Peñasco, Sonora a Mazatlán y Nayarit, Cancún y la Riviera Maya, incluyendo Playa de Carmen (Kiy y Mckenany, 2010). Véase Figura 6.

Figura 6.- Principales localidades con vivienda destinada a los extranjeros en México.



Fuente: Montaudon (2008).

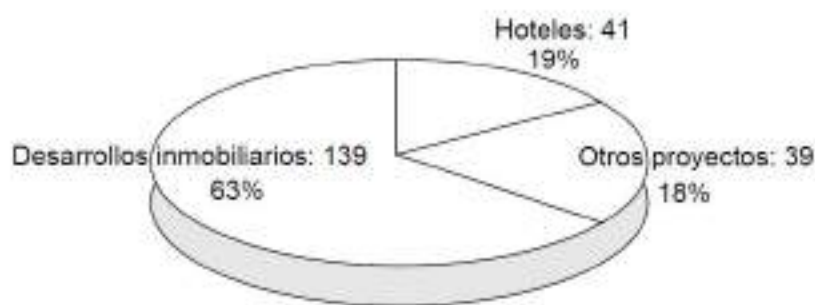
A partir del año 2000, la ola de turistas residenciales de origen estadounidense se ha incrementado significativamente debido a su interés por hacerse de un bien inmueble en las costas de México. El crecimiento registrado por este sector fue de 5.9% en el lustro de 2000 a 2005 (BBVA, 2007). Sin embargo, se identifican algunos estados en el que el repunte fue más significativo, como ejemplo: durante los primeros tres meses de 2007 Sonora reportó una variación porcentual de +436,3% de la inversión ejercida respecto a 2006. Durante 2008, los estados de Sonora y Sinaloa fueron los únicos que registraron una captación superior respecto al mismo periodo de 2007 (primer trimestre); la variación porcentual en el caso sonorense alcanza +300,6% y en el caso de Sinaloa +430,4%. La categoría 'desarrollos inmobiliarios' tuvo mayor representatividad en Mazatlán (que recibió el 100% de las inversiones del estado y todo se destinó a desarrollos de este tipo), Mexicali, Puerto Peñasco, Guaymas y San Felipe. Durante el primer semestre de 2008, de un total de 196 proyectos que se realizan en el sector turístico en todo el país, 68% se localizan en destinos de playa (85 corresponden a desarrollos inmobiliarios y 58 a hoteles), lo que supone una fuerte invasión de la inversión turística en el litoral mexicano, con sus respectivas implicaciones ambientales (González, Santana, 2009), véase **Gráfica 3**.

Durante el último trimestre de 2009, existían 957 nuevos desarrollos a lo largo de México enfocados a vacaciones o retiro, en su mayoría ubicados en las costas. En estos proyectos, había un inventario total de 29,983 viviendas nuevas

en el mercado. Para el año 2010 se tenía proyectada una oferta de 40.000 unidades con un valor de 18.000 millones de dólares.

De acuerdo con la Secretaría de Relaciones Exteriores, entre 2000 y 2008, casi 37,000 propiedades fueron adquiridas en México en la zona restringida mediante la figura del fideicomiso. Se estima que en 2009 se compraron alrededor de 5,200 propiedades, lo cual equivale a más de 42,000 propiedades vendidas a extranjeros dentro de la zona restringida durante los últimos 10 años (Kiy y McEnany, 2010).

**Grafica 3.- Inversión en el sector turístico**



Fuente: Plan de desarrollo 2001-2006

El tema de las numerosas inversiones inmobiliarias que se realizan destinadas al sector del turismo responde a la política turística neoliberal que predomina en México<sup>22</sup>. Elevar el nivel competitivo de los destinos es una

<sup>22</sup> En el caso de México, durante la administración de Vicente Fox (2001-2006) las inversiones turísticas se concentraron en los estados costeros: El 48% de la inversión total en proyectos del sector turístico en todo el país durante el periodo 2001-2006 se realizó en destinos de playa. En

estrategia que se propone en las agendas de turismo, sin embargo, el mecanismo que se ha seguido para lograrlo se basa en una apuesta imitativa de desarrollismo inmobiliario. Por un lado, este tipo de inversiones establece vínculos estrechos con el sector privado, lo que supone poca preocupación por las cuestiones sociales y ambientales; y por otro, se le asocia directamente con desarrollos de gran escala, representativos de explotaciones de enclave turístico, que impiden la creación de redes de participación, cooperación y articulación territorial.

### **3.8 Adquisición de bienes inmuebles por extranjeros.**

Resulta relevante indagar en el trasfondo político que ha llevado a los promotores del turismo a instrumentar estrategias mediáticas de tipo compulsivo que, por ejemplo, ofrecen por Internet a la población internacional de *baby boom* espacios del territorio nacional y brindarles una segunda residencia. A esto hay que agregar los cambios que se han dado en los preceptos constitucionales que han puesto en venta gran parte de los bienes de la nación.

En este orden de ideas, el gobierno mexicano brinda alternativas a los extranjeros para hacerse de una propiedad. "Los extranjeros pueden adquirir

---

total 556 proyectos turísticos recibieron un apoyo de 5.479 millones de dólares (35% destinado a megaproyectos y 47% a desarrollos inmobiliarios). Los proyectos hoteleros (construcción, ampliación o remodelación) sumaron 774 y representaron una inversión de 4.744,2 millones de dólares. El estado de Guerrero fue la entidad que registró mayores inversiones, y al interior del territorio guerrerense, el 89% de la inversión captada durante el periodo tuvo como destino proyectos en Acapulco. Sólo durante 2006, Guerrero recibió 913,1 millones de dólares, equivalentes a 29,31% de la inversión realizada en todo el país en materia turística. En el caso de Quintana Roo, el 82% de la inversión ejercida se realizó en Cancún y en la Riviera Maya. En la Riviera Nayarit, 60% de la inversión se realizó en Nuevo Vallarta.

cualquier tipo de inmueble, como cualquier ciudadano mexicano, manteniendo la propiedad como dueño directo, cumpliendo con las leyes mexicanas, siempre y cuando la propiedad no esté dentro de la "zona restringida"<sup>23</sup>. (*Understanding México Real State, 2007*).

Otra opción es comprar una propiedad no-residencial a través de una empresa mexicana, que puede ser bajo ciertas condiciones de propiedad 100% extranjera, con una cláusula<sup>24</sup> en un acta constitutiva, en la que el extranjero acepta sujetarse a las leyes mexicanas y por consiguiente, no puede solicitar que su propio gobierno intervenga a su favor en disputas legales que se presenten a raíz de problemas con los bienes de los que sea dueño en México (Kiy y McEnany, 2010). Además, la propiedad adquirida será registrada en la Secretaría de Relaciones Exteriores y será usada para actividades no-residenciales. Dicho de otra manera, bajo estas condiciones, los extranjeros pueden adquirir directamente propiedades destinadas a uso turístico, comercial o industrial.

Otro evento que ha favorecido la adquisición de propiedades a los extranjeros fue la entrada en vigor de la Ley Mexicana de Inversión extranjera que entró en vigor el 28 de diciembre de 1993 y permitió la compra de propiedades en la zona restringida del territorio mexicano. Esta Ley, en su artículo 11 "De los

---

<sup>23</sup> La Constitución Mexicana en su artículo 27 que regula la tenencia de tierra, establece una "zona restringida" en la que los extranjeros no pueden ser propietarios de tierras. La zona restringida comprende 100 kilómetros de la frontera y 50 kilómetros de las costas.

<sup>24</sup> La Cláusula Calvo es una doctrina legal que condiciona los siguientes cinco puntos en un contrato celebrado con extranjeros: 1) someterse a la jurisdicción legal local; 2) aplicación de la legislación de la localidad; 3) someterse a los acuerdos contractuales locales; 4) renuncia a solicitar la protección diplomática de su gobierno; y 5) renuncia a sus derechos bajo leyes internacionales.

Fideicomisos sobre Bienes Inmuebles en Zona Restringida” establece que cualquier extranjero o ciudadano mexicano puede construir un fideicomiso a través de una institución bancaria de este país para la adquisición de una propiedad en cualquier lugar de México, incluyendo “zonas restringidas”. Para ello, el comprador pide al banco de su elección que actúe en su nombre como su administrador.

El banco, a su vez, obtiene el permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores para adquirir la propiedad escogida en custodia. El fideicomiso puede ser establecido por un término máximo de 50 años y se puede renovar automáticamente por medio siglo más. Durante este periodo cualquier extranjero tiene el derecho de transferir su título de propiedad. El banco funge legalmente como el propietario del inmueble para el uso exclusivo del beneficiario/comprador, quien tiene los beneficios legales como propietario directo, incluyendo la posibilidad de rentar o transferir sus derechos sobre la propiedad a terceras personas o a un heredero. Para este propósito, el extranjero es considerado como ciudadano mexicano.

Por su parte la cámara baja del Congreso a principios del año 2013 votó a favor de que se reduzcan las restricciones que pesan sobre los extranjeros para comprar propiedades en zonas costeras y fronterizas del país con el fin de erradicar la simulación en la propiedad extranjera en las playas de México y de eliminar a los intermediarios que, a través de fideicomisos, sociedades anónimas y prestanombres, han lucrado con la prohibición constitucional, modificándose el Artículo 27 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que

prohibía que los extranjeros fueran propietarios directos de tierras mexicanas dentro de 50 kilómetros (31 millas) en costa y 100 kilómetros (62 millas) en las fronteras del país.

En la Carta Magna se establece que, por ser extranjeros, éstos no pueden adquirir bienes inmuebles en la zona restringida, en tanto que en la práctica esta prohibición se evade al possibilitarse para efectos de la inversión, la constitución de fideicomisos, en los que los bancos fiduciarios figuran como "propietarios" de los bienes adquiridos por los fideicomisarios. Esta situación, ha implicado para los extranjeros, en su carácter de fideicomisarios, tener que enfrentar altos costos derivados de la constitución de los fideicomisos y de pagos de cuotas diversas por trámites de registro, avalúos, impuestos y permisos previos ante la autoridad gubernamental, quedando la modificación como:

"En una franja de cien kilómetros a lo largo de las fronteras y de cincuenta en las playas, los extranjeros por ningún motivo podrán adquirir el dominio directo sobre las aguas, en el caso de las tierras, podrán adquirirlas cuando sean exclusivamente para uso de vivienda sin fines comerciales, para lo cual deberán convenir con la Secretaría de Relaciones Exteriores en los términos descritos en esta fracción" (Gaceta Parlamentaria, 2013).

Ante el contexto expuesto, habría que reconocer la oportunidad que representa la capacidad del sector turístico residencial de atraer inversiones en nueva oferta inmobiliaria, en virtud del potencial económico que simboliza para el



mercado estadounidense de *baby boomers* para México; de este segmento presentamos algunos datos recientes que avalan su potencial de crecimiento en corto mediano y largo plazo.

Por otro lado, la preeminencia de este modelo turístico, que se reproduce por la geografía mundial, constituye un referente negativo, principalmente para las poblaciones locales, ya que no se han considerado cuestiones medulares en los procesos de planeación. Todo ello ha conducido al deterioro ambiental, a la especulación o alza de precios, a la segregación, a transformaciones del paisaje urbano que se ve trastocado por la impronta inmobiliaria. Estos hechos se vislumbran claramente en diversos documentos que avalan el rumbo real y discursivo de la política mexicana en materia de turismo (González, Santana, 2009).

## **CAPÍTULO IV**

### **DISEÑO METODOLÓGICO.**

#### **4.1- Paradigmas en metodología de investigación**

El término metodología hace referencia a la manera en que se enfocan los problemas de investigación y la forma en que se buscan las respuestas. En las ciencias sociales se refiere a la manera de realizar la investigación (Taylor, Bogdan 1987). Desde esta disciplina de la ciencia, las investigaciones se han desarrollado con base en dos paradigmas: cuantitativo y cualitativo. Para Thomas Kuhn, "los paradigmas designan una o más realizaciones científicas pasadas; realizaciones que alguna comunidad científica particular reconoce durante cierto tiempo con fundamento para su práctica posterior" (1995, citado en Rodríguez 2010). A su vez, Kuhn señala que un paradigma está formado por una amalgama de una teoría y un método, que juntos constituyen casi una forma especial de ver el mundo. De acuerdo con estas ideas, en ciertos momentos empiezan a producirse algunas discrepancias entre la teoría y la realidad, iniciándose una transición gradual hacia un nuevo paradigma, por lo tanto, se podría señalar que no existen verdades absolutas, sino falsaciones constantes que permiten la evolución y generación del conocimiento científico.

El paradigma es entonces un esquema teórico, o una forma de percepción y comprensión del mundo, que un grupo de científicos adopta. En el estudio de las ciencias sociales, es oportuno analizar el carácter científico y lo acientífico del concepto, a fin de comprender a los paradigmas como fuente de producción de nuevo conocimiento.

Desde la óptica de Rodríguez (2010), las características esenciales de los paradigmas son las siguientes:

- Un paradigma supone determinada manera de concebir e interpretar la realidad.
- Constituye una visión del mundo compartida por un grupo de personas tanto posee un carácter socializador.
- Cada proyecto de investigación utiliza las estrategias empíricas que considera adecuadas según el modelo conceptual (paradigma) en que se apoya. Es de decir, el paradigma posee un carácter normativo con relación a los métodos y técnicas de investigación a utilizar.

Con base en lo anterior, un paradigma surge a partir del abordaje o estudio de una realidad, en este caso, de carácter social, ya sea mediante un enfoque cuantitativo o cualitativo, apoyado en métodos y técnicas para la obtención de la información, con el fin de un objetivo específico; generar conocimiento científico.

#### 4.1.2-Paradigma positivista o método Cuantitativo

El positivismo, también denominado método cuantitativo, empírico analítico racionalista, es una escuela filosófica que defiende determinados supuestos sobre la concepción del mundo y el modo de conocerlo. Dicho método en las ciencias sociales emerge con los pensamientos clásicos, que entre sus máximos exponentes destacan figuras como Galileo Galilei, William Harvey, Isaac Newton, Francis Bacon, Rene Descartes, John Locke, David Hume, Emanuel Kant y Hegel<sup>25</sup>, entre otros (Rodríguez, 2010). Este grupo de científicos y filósofos propusieron someter los fenómenos sociales a la cientificidad, es decir, que debían ser evaluados mediante métodos utilizados en las ciencias exactas –ciencias naturales-. Hueso y Cascant (2012) señalan que el principio básico que guía esta forma de pensamiento es que la sociedad funciona de manera similar a la naturaleza y, por lo tanto, el método científico de las ciencias naturales<sup>26</sup> es aplicable también en las ciencias sociales.

Rodríguez (2010) señala que el enfoque cuantitativo en las ciencias sociales parte de que el mundo es intrínsecamente cognoscible y todos podemos estar de acuerdo con la realidad social. La metodología cuantitativa, de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una

---

<sup>25</sup> Véase el libro: "Que es esa cosa llamada ciencia" Adam Chalmers, 1976, 1982, 1999.

<sup>26</sup> El método científico de las ciencias naturales está basado en los principios de experimentación/observación y las matemáticas.

muestra aleatoria pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. Angulo (2011) argumenta que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. Para Briones (2012), la investigación social cuantitativa crea conocimiento sobre la realidad social o, mejor, desde la realidad social, y para ello necesita de paradigmas explicativos, de hacer una lectura de la realidad analítica, acudiendo a las observaciones experimentales bajo la utilización de un modelo extensivo y probabilístico que actúe dentro de una lógica deductiva y permita explicar los fenómenos generando construcción social.

Estas ideas coinciden con la de Hernández, Fernández y Baptista (2010), quienes señalan que el método cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. Además, los autores añaden que este enfoque es secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente y no es posible brincar o eludir pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, se puede redefinir alguna fase y parte de una idea que va acotándose hasta delimitarse, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y se determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se

analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de las hipótesis.

Es importante señalar que para el enfoque cuantitativo la naturaleza de la realidad es objetiva, estática, dada, fragmentable y convergente (Rodríguez, 2010). Por lo tanto, los resultados permanecen aislados de la subjetividad. Para Briones (2012), la objetividad en la investigación siempre ha sido tema de debate en las ciencias sociales por lo difícil que es la no intervención del sujeto en el objeto, situación que lleva a que el investigador no permita que sus creencias políticas, religiosas, sociales y culturales, al igual que sus prejuicios, costumbres y todo lo que lo rodea y conforma a nivel personal, se inmiscuyan en sus conceptos imparciales. Con todo lo antes señalado, se pretende establecer que la investigación cuantitativa no acepte errores, dado que se preocupa por la precisión y el rigor que requiere la ciencia.

Para Rodríguez (2010), el enfoque cuantitativo presenta las siguientes características:

- Presta más atención a las semejanzas que a las diferencias.
- Trata de buscar las causas reales de los fenómenos.
- Modelo pensado para explicar, controlar y predecir fenómenos.
- La objetividad es lo más importante, lo subjetivo queda fuera de toda investigación científica.
- Los valores del investigador no deben interferir con el problema a estudiar.

- El planteamiento epistemológico tiene su origen en la unidad del método científico.
- Adopta el modelo hipotético deductivo. Utiliza métodos cuantitativos estadísticos, por lo que se basa en fenómenos observables susceptibles de medición, análisis matemáticos y control experimental. Todos los fenómenos sociales son categorizados en variables entre las que se establecen relaciones estadísticas.

#### **4.1.3 Paradigma o método cualitativo**

En la literatura sobre la evolución de la investigación cualitativa se identifican una serie de enfoques y corrientes vertidas desde diversas perspectivas (antropología, sociología, psicología, entre otras) que a lo largo del siglo XX han contribuido a su progresiva implantación en las ciencias sociales<sup>27</sup>. Delgado y Gutiérrez (1997) señalan que el enfoque cualitativo surge en la historia como una alternativa al paradigma racionalista o método hipotético-deductivo propio de las ciencias naturales, puesto que hay cuestiones problemáticas que no se pueden explicar ni comprender bajo la perspectiva cuantitativa, como por ejemplo los fenómenos culturales.

---

<sup>27</sup> Véase Rodríguez (2010 p.36) antecedentes históricos de la metodología cuantitativa.

El enfoque cualitativo cobra fuerza en la década de los ochenta del siglo XX como forma de pensamiento en contraposición al paradigma tradicional naturalista como método explicativo de las realidades sociales. Para Taylor y Bogdan (1987), la metodología cualitativa:

"se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable. Además estudia los significados, conceptos, definiciones, características, metáforas, símbolos y descripciones de personas, comunidades, momentos históricos, etc."

Para Parra (2005), desde lo cualitativo la realidad epistémica requiere para su existencia de un sujeto cognoscente, el cual está influido por una cultura y unas relaciones sociales particulares que hacen que la realidad epistémica dependa para su definición, comprensión y análisis, del conocimiento de las formas de percibir, pensar, sentir y actuar, propias de esos sujetos cognoscentes.

Strauss y Corbin (1990, citado en Rodríguez, 2010) señalan que la investigación cualitativa se refiere a cualquier clase de estudio que produce resultados a los que no se ha llegado por procedimientos estadísticos u otro tipo de cuantificación. En este sentido, Parra (2005) señala que el conocimiento es una creación compartida a partir de la interacción entre el investigador y el investigado, en la cual, los valores influyen en la generación del conocimiento; lo que hace necesario insertarse en la realidad, objeto de análisis, para poder comprenderla



tanto en su lógica interna como en su especificidad. Por su parte, Tamayo (2011) apunta que el enfoque cualitativo adopta a la subjetividad e intersubjetividad como objetos legítimos para generar el conocimiento de las realidades humanas y de las estructuras sociales.

El proceso investigativo cualitativo se orienta a crear un método o teoría. Se siguen algunos lineamientos orientadores, mas no hay un manual de reglas específicas. Para Taylor y Bogdan (1987), el modelo de investigación cualitativa se puede distinguir por las siguientes características:

- La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos, intelecciones y comprensiones partiendo de pautas de los datos, y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos. En los estudios cualitativos los investigadores siguen un diseño de la investigación flexible. Comienzan sus estudios con interrogantes sólo vagamente formulados.
- En la metodología cualitativa, el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo. El investigador cualitativo estudia a las personas en el contexto de su pasado y de las situaciones en las que se hallan.

- Los investigadores cualitativos son sensibles a los efectos que ellos mismos causan sobre las personas que son objeto de su estudio
- Los investigadores cualitativos tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas. Para la perspectiva fenomenológica y por lo tanto para la investigación cualitativa es esencial experimentar la realidad tal como otros la experimentan. Los investigadores cualitativos se identifican con las personas que estudian para poder comprender cómo ven las cosas.
- El investigador cualitativo suspende o aparta sus propias creencias, perspectivas y predisposiciones. El investigador cualitativo ve las cosas como si ellas estuvieran ocurriendo por primera vez. Nada se da por sobrentendido. Todo es un tema de investigación.

Entre las características que mencionan Taylor y Bogdan sobre el enfoque cualitativo, destacan que es un método inductivo basado en una perspectiva holística que muestra sensibilidad hacia los efectos de las personas estudiadas, trata de comprender las realidades de las personas dentro de su propio marco de referencia, y es objetivo al ver las cosas como son, apartando sus propias creencias. Finalmente, las técnicas para la recolección de datos que utiliza la investigación cualitativa son: la observación, la entrevista no estructurada, textos, documentos internos, fotografías y videograbación (Rodríguez, 2010).

#### **4.1.4- El método de investigación Mixto: ventajas y desventajas**

En los últimos años, se ha derivado un debate académico en torno a las metodologías de investigación utilizadas en las ciencias sociales, ya sean carácter cualitativo o cuantitativo. Los defensores de cada uno de estos paradigmas argumentan que su enfoque es el más apropiado al momento de hacer investigación. Sin embargo, cuando se utiliza alguno uno de estos enfoques de manera aislada ambos presentan ventajas y desventajas. En este contexto, emerge como nuevo paradigma de investigación el enfoque mixto, que trata de incorporar o aprovechar las ventajas tanto del método cualitativo como del cuantitativo, ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación o, al menos, en la mayoría de sus etapas. "Requiere de un manejo completo de los dos enfoques y una mentalidad abierta. Agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques" (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

Bamberger (2012) señala que una de las principales ventajas de la aplicación de la investigación de carácter mixto es la triangulación de los hallazgos: permite aumentar la validez o credibilidad de los hallazgos de la evaluación al comparar la información obtenida a partir de diferentes métodos de recolección de datos (por ejemplo, comparar respuestas a preguntas de encuestas con las observaciones directas del entrevistador). Cuando las estimaciones de diferentes fuentes convergen y coinciden, esto aumenta la validez y la credibilidad de los hallazgos o la interpretación. Cuando las diferentes estimaciones se

contradicen, el investigador tiene la tarea de continuar explorando para comprender la razón de las contradicciones.

Miles y Huberman (1994, citado en Aravena et. al, 2006) esbozan cuatro tipos de diseño para integrar ambos enfoques en uno o dar forma al enfoque mixto.

- En el primer diseño, ambas estrategias metodológicas operan en paralelo. La observación continua en el campo va acompañada de la recolección de datos con técnicas cuantitativas.
- En el segundo diseño, existe una investigación continua de campo, la que se acompaña de sucesivas oleadas de trabajo cuantitativo. Ambas modalidades se moldean mutuamente.
- En la tercera modalidad, la investigación comienza con un método cualitativo (por ejemplo, una entrevista semiestructurada de carácter exploratorio) y va seguida por un estudio mediante cuestionario como paso intermedio. Posteriormente, los resultados de ambas modalidades se profundizan y evalúan en una segunda fase cualitativa.
- En el cuarto diseño, se parte con una encuesta, la que es profundizada con un estudio complementario de campo que permite profundizar la información recogida a través de la encuesta.

Posteriormente, se realiza un estudio experimental en el campo para poner a prueba los resultados obtenidos en las dos primeras fases.

Por otro lado, al igual que el enfoque cuantitativo y cualitativo, existen autores que han identificado desventajas del enfoque mixto. En este sentido, Beltrán et, al. (1997, Citados en Medina, 2001) señalan que la combinación puede resultar costosa; implica pérdida de tiempo en algunos casos excesivos; cabe la posibilidad de que los investigadores carezcan de adiestramiento suficiente en los dos métodos para utilizarlos eficientemente; y la cuestión de la moda y la adhesión puede crear en determinados momentos la forma dialéctica del debate.

Desde nuestra perspectiva, la efectividad de estos diseños integradores del modelo cuantitativo y cualitativo, conocido como enfoque mixto, que resultan de una amalgama o hibridación de los diversos instrumentos de recolección de datos que utiliza cada una de estas perspectivas de investigación, dependerá del conocimiento y dominio de ambos enfoques, sumada la inclinación y formación del investigador que hará el manejo y la evaluación de la información obtenida a la hora de ser empleados en la investigación en ciencias sociales.

En torno a los enfoques de investigación empleados en la ciencias sociales –cuantitativo, cualitativo y mixto-, en principio se identifica el uso del método cuantitativo, apoyado por la corriente de pensamiento positivista, que trata de entender las realidades sociales con base en métodos empleados por las ciencias exactas -ciencias naturales-; este enfoque se caracteriza por buscar la exactitud y

la estandarización. Posteriormente, emerge la corriente de pensamiento conocida como "los cualitativos", la cual señala que las realidades sociales no pueden ponderarse numéricamente, sino que se centra en los valores, visiones, formas de ser, percepciones, ideas y sentimientos. Este enfoque posee un fundamento decididamente humanista para entender la realidad social. Cada una de ellas utiliza diversos instrumentos para la recolección de datos, sin embargo, no profundizaremos en este sentido. Lo que es un hecho es que se ha generado un debate en torno a qué método es más confiable o permite tener mejores resultados de las realidades sociales. Para dar solución a esta problemática metodológica emerge un enfoque híbrido incluyente de las ventajas de ambos enfoques conocido como *enfoque mixto*.

Ahora bien, resulta complicado señalar cuál de estos enfoques permite un mejor entendimiento de la realidad social, ya que como señala Tamayo (2011) los problemas de la realidad no son cuantitativos ni cualitativos, sino que será la naturaleza del problema u objeto de estudio, no el investigador, ~~lee~~ la que determine el método o enfoque que debe ser empleado.

#### **4.2 Alcance y tipo de investigación.**

Para definir los alcances de un estudio, es indispensable tener conocimiento previo de los diferentes tipos de investigación. En ese sentido, Tamayo (2011) señala que existen cuatro, que son: exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa. Resulta trascendental definir el alcance de investigación ya que

derivado de este nivel de profundidad serán los datos que se recolecten, el muestreo y otros componentes del proceso de investigación.

Los estudios **exploratorios** tienen como propósito examinar un tema o problema de investigación poco conocido o poco estudiado, sobre el cual existen solo guías generales o muy vagas, o también si se desea abordar dicho problema desde nuevas perspectivas. Este tipo de estudio permite acercarse a un tema novedoso, poco estudiado o desconocido y emprender el camino para posteriores investigaciones

Los estudios **descriptivos** "miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar". Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Los estudios **correlacionales** son los que se encargan de identificar la relación entre dos o más conceptos o variables. Los estudios correlacionales miden cada variable para ver si existe o no relación entre ellas. Este tipo de estudios son cuantitativos e intentan predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o fenómenos en una variable, a partir del valor que tienen en la variable relacionada (Hernández et, al. 2003).

El cuarto y considerado como el nivel de análisis más profundo en las investigaciones es el **explicativo**. Estos estudios son los encargados de explicar por qué ocurren uno o más fenómenos, las condiciones en las que este fenómeno se presenta y las variables que se puedan relacionar. Para ello requieren de mayor complejidad metodológica, es decir, son más estructuradas que los estudios correlacionales, descriptivos y los exploratorios.

A decir de Hernández et. al. (2003), decidir qué tipo de estudio es el que se llevara a cabo dependerá necesariamente de la profundidad de la revisión de literatura existente sobre el tema y del enfoque que se desea utilizar. Para el caso particular de la presente investigación se considera de tipo explicativo, ya que permitirá conocer las características del segmento de turismo residencial en destinos de sol y playa mediante una exhaustiva revisión documental. Igualmente se analizan las variables relacionadas en función del modelo de competitividad turística propuesto por Ritchie y Crouch para establecer un modelo teórico conceptual con el fin de identificar los elementos que determinan la competitividad de los destinos turísticos en el segmento de turismo residencial.

#### **4.2.1 Tipo de investigación por alcance de sus objetivos.**

De acuerdo con Bloom (1956), las investigaciones se pueden clasificar de acuerdo a su propósito u objetivos. El autor propone seis niveles de análisis: conocimiento, comprensión, aplicación, análisis, síntesis y evaluación.



**Tabla 11.- Taxonomía de Bloom**

| Objetivo            | Definición  |
|---------------------|---|
| <b>Conocimiento</b> | <p>El sujeto es capaz de recordar información anteriormente aprendida. Reconoce informaciones, ideas, hechos, fechas, nombres, símbolos, definiciones, etc., de una forma aproximada a cómo las ha aprendido.</p>   |
| <b>Comprensión</b>  | <p>El sujeto entiende "se hace suyo" aquello que ha aprendido y esto lo demuestra cuando es capaz de presentar la información de otra manera, cuando la transforma, cuando encuentra relaciones con otra información, cuando se asocia a otro hecho, cuando se saben decir las posibles causas y consecuencias.</p> |
| <b>Aplicación</b>   | <p>El sujeto es capaz de utilizar aquello que ha aprendido. Cuando aplica las destrezas adquiridas a nuevas situaciones que se le presenten. Cuando utiliza la información recibida en situaciones nuevas y concretas para resolver problemas.</p>  |
| <b>Análisis</b>     | <p>Cuando el sujeto es capaz de descomponer el todo en sus partes y puede solucionar problemas a partir del conocimiento adquirido.</p> <p>Cuando intenta entender la estructura de la organización del material informativo examinando las partes de las cuáles se compone.</p>                                    |
| <b>Síntesis</b>     | <p>Cuando el sujeto es capaz de crear, integrar, combinar ideas, planear y proponer nuevas maneras de hacer. Crear</p>  |

---

|                   |  |
|-------------------|--|
| <b>Evaluación</b> | aplicando el conocimiento y habilidades anteriores para producir alguna cosa nueva u original.<br>Emitir juicios respecto al valor de un producto según opiniones personales a partir de unos objetivos dados. |
|-------------------|--|

---

Fuente: Bloom (1956)

Con base en lo anterior, el alcance por objetivos del presente estudio se considera de análisis y evaluación. El primero permitirá describir la situación del turismo residencial, la competitividad de los destinos turísticos, mientras que la evaluación permitirá establecer los factores determinantes de competitividad de los destinos turísticos en el mercado del turismo residencial.

#### **4.2.2-Paradigma de investigación seleccionado**

Por la naturaleza del fenómeno a investigar se utilizó el método mixto, el cual permitió aumentar la validez o credibilidad de los hallazgos de la evaluación al comparar la información obtenida a partir del método cualitativo y cuantitativo, e igualmente posibilitó hacer la triangulación entre las respuestas de las encuestas aplicadas al turista residencial, así como las observaciones directas y las entrevistas.

### 4.3 Diseño de investigación

En la fase de diseño se elaboró el planteamiento del problema presentado en el capítulo uno "contextualizando el problema", el cual consistió en contextualizar, describir y delimitar el problema, para posteriormente plantear las preguntas y establecer los objetivos de investigación. Dicho proceso se esquematiza en la Tabla 12, que incluye las etapas subsecuentes de investigación – fase de sistematización que contempla el marco teórico conceptual así como el diseño metodológico, la fase de ejecución que considera la recolección de datos durante el trabajo de campo, su tratamiento y finalmente la fase de exposición o presentación de resultados.

**Tabla 12.- Diseño de la investigación**

---

|                                |  |                              |
|--------------------------------|--|------------------------------|
| <b>Diseño de investigación</b> | Contexto del problema                  | Revisión documental en       |
|                                | Descripción del problema               | turismo, política turística, |
|                                | Preguntas de investigación             | turismo residencial          |
|                                | Objetivos de investigación             |                              |
|                                | Justificación                          |                              |
|                                | Hipótesis                              |                              |
|                                | Limitación y Delimitación del problema |                              |
|                                | Dimensiones de la investigación        |                              |
|                                | Delimitación geográfica y temporal     |                              |
|                                | <b>Marco teórico</b>                   | Turismo Residencial          |

---

|                     |                            |   |
|---------------------|----------------------------|---|
|                     | Competitividad Turística   | Revisión de literatura  |
| <b>Metodología</b>  | Cualitativa                | Revisión de literatura<br>Trabajo de campo<br>Observación<br>Entrevista |
|                     | Cuantitativa               | Encuesta  |
| <b>Resultados</b>   | Presentación de resultados | Análisis estadístico  |
| <b>Conclusiones</b> |                            | Interpretación  |

Fuente: elaboración propia

#### 4.4-Técnicas de recolección de datos

Para la recolección de datos confiables y representativos que permitieran una mayor aprehensión de los factores que determinan la competitividad de destinos turísticos ante el mercado del turismo residencial, se consideró el desarrollo de esta investigación desde la perspectiva de la demanda mediante la evaluación de los atractores o motivaciones del turista residencial de origen estadounidense así como experiencias al interior del destino a través de su satisfacción.

Para ello, el presente estudio empleó una amalgama entre técnicas de recolección de datos como lo establece el enfoque de investigación mixto. En cuanto al método cualitativo, se realizaron seis entrevistas estructuradas y seis no estructuradas a los turistas residenciales de origen estadounidense en Mazatlán.

- A) Estructuradas, con el fin de conocer las cuestiones que resultan relevantes para el turista de origen estadounidense al momento de seleccionar el destino residencial y conocer su satisfacción al interior del destino sobre los particulares o indicadores establecidos para este estudio.
  
- B) No estructuradas, esta técnica permitió otorgar libertad al entrevistado de abordar temas específicos que desde su perspectiva considera relevantes para la mejora del destino, en este caso Mazatlán.

Las entrevistas se realizaron en los domicilios particulares o en alquiler de los mismos entrevistados entre los meses de diciembre y abril del año 2014. Cabe aclarar que, como característica particular, el segmento de turistas que aborda esta tesis, conformado por estadounidenses jubilados o adultos mayores, presenta estancias prolongadas entre los meses de octubre y marzo, periodo en que se concentra mayor cantidad de turistas de origen estadounidense residiendo en Mazatlán.

En cuanto al método cuantitativo, se elaboró un guion de encuesta. El diseño del cuestionario se basó en una adecuación del modelo conceptual de Ritchie y Crouch (2003), el cual fue construido para evaluar la competitividad de destinos turísticos. Dicho modelo contempla cinco dimensiones -factores y recursos de atracción, factores y recursos de soporte, dirección del destino, política planificación y desarrollo del destino, determinantes limitadores y

amplificadores<sup>28</sup> – además para cada una de las dimensiones el modelo establece diversas variables que fueron consideradas para posteriormente, asignar un grupo de indicadores subjetivos, considerados como aquellos que se relacionan con la percepción del turista, en este caso residencial, y que presentan un carácter cualitativo (Sánchez y Fajardo 2004). Dichos indicadores fueron determinados a partir de la literatura en torno a las metodologías, modelos e indicadores utilizados en el abordaje de la competitividad de destinos turísticos, así como el análisis del estado del arte sobre desplazamientos del turismo residencial.

Para la confiabilidad de los indicadores que se utilizaron en el presente estudio, se recurrió al método de consulta con expertos durante una estancia académica realizada en la Universidad de Alicante, España, durante el periodo agosto- noviembre de 2014. En ese sentido, en primera instancia se realizó una reunión con expertos en el tema del turismo residencial y en competitividad en el turismo para plantear la problemática del estudio y el diseño metodológico.

---

<sup>28</sup> Los recursos y atractores básicos están representados en los factores y motivaciones claves que actúan para atraer al turista al destino. Están conformados por seis categorías: Naturales, cultura e historia, del mercado, actividades de entretenimiento, eventos especiales y la superestructura turística. Estos factores se consideran el núcleo básico del modelo y los elementos esenciales del atractivo del destino turístico. Los factores y recursos de soporte proporcionan las bases para un destino turístico fuerte y estable. El factor más importante de esta categoría es la infraestructura, acompañada de los recursos y servicios facilitadores, la accesibilidad del destino y el sector empresarial. La dirección o gestión del destino son factores que realzan el atractivo de los recursos principales, además de reforzar la calidad y efectividad de los recursos y factores de apoyo y logran una mejor adaptación a las restricciones del destino turístico. Están conformados por el manejo de los recursos, las actividades de marketing, la organización, la calidad de servicio, la disponibilidad de información acerca de las necesidades del visitante, la estructura organizativa y, la administración y mantenimiento de los recursos principales. La política de planificación y desarrollo del destino se incorpora en la última versión del modelo, donde se define la política turística como un conjunto de regulaciones, reglas, directrices y desarrollo/promoción de objetivos y estrategias que sustentan el marco, en el cual las decisiones colectivas e individuales afectan directamente al desarrollo del turismo y a las actividades que diariamente se llevan a cabo en un destino (Ritchie y Crouch, 2003).

En segunda instancia, se presentó una lista de 70 indicadores, obtenidos del cuerpo teórico de las variables que analiza esta tesis –competitividad de destinos turísticos y turismo residencial. Posteriormente, en una primera fase se hizo una desagregación de indicadores a partir del análisis de expertos; este resultado se obtuvo a partir del método DELPHI – que consistió en solicitar al panel de expertos la clasificación por orden de importancia y probabilidad de respuesta de los indicadores de análisis. Considerando el orden de importancia, se procedió a la incorporación de los *Items* a cada una de las cinco dimensiones establecidas en el modelo de Ritchie y Crouch (2003). Los resultados de dicho ejercicio arrojaron un total de 39 indicadores que, de acuerdo al panel, fueron considerados idóneos para evaluar y determinar los factores que inciden en la competitividad de un destino turístico ante el mercado de turismo residencial. Los indicadores elegidos quedaron agrupados de la siguiente manera.

**Tabla 13. Indicadores agrupados a partir de método Delphi.**

| Dimensión                        | Indicador (método Delphi)  |
|----------------------------------|--|
| Factores y recursos de atracción | Clima, paisaje, acceso costero, eventos culturales, proximidad a áreas naturales, cuidado del medio ambiente, lugares de interés cultural, hospitalidad de la gente, gastronomía local, precios de bienes raíces.        |
| Factores y recursos de soporte   | Aeropuerto internacional, vías carreteras, accesibilidad aérea, marinas, servicios de sector salud, agencias de viajes, transporte público, accesibilidad a minusválidos, proveedores de servicios turísticos, compañías |

|  |   |
|--|---|
|  | transnacionales.  |
| <b>Dirección del destino</b>                           | Marketing del destino, calidad de servicio médico, calidad de bares y restaurantes, calidad de transporte público, limpieza del destino, comunidades extranjeras, oficinas de información turística.            |
| <b>Política planificación y desarrollo del destino</b> | Organización del destino, análisis competitivo, colaboración entre agentes involucrados en el sector turístico, monitoreo del turismo, inversión en infraestructura turística, capacitación del recurso humano. |
| <b>Determinantes limitadores y amplificadores</b>      | Proximidad del destino, seguridad del destino, costo beneficio del destino y prestigio del destino.   |

Fuente: elaboración propia

Una vez elegidos los criterios o indicadores que conformaron el instrumento, se procedió al diseño de la encuesta. La estructura del cuestionario se planteó a partir de los objetivos de la investigación: recoger un ordenamiento en torno a los factores que inciden en la decisión del turista residencial de origen estadounidense al momento de elegir su destino residencial, así como evaluar sus experiencias al interior del destino para determinar su grado de satisfacción. Y a partir de esta evaluación, determinar los factores determinantes para la competitividad de Mazatlán ante el mercado de turismo residencial.



El cuestionario se diseñó con un formato de respuestas guiadas, mediante el uso de la escala *Lykert* de 1 a 3 no importante, a muy importante, que permitió identificar los indicadores de mayor importancia agrupados en cada una de las cinco dimensiones que establece el modelo y a partir de los resultados, identificar los factores que inciden en los desplazamientos del turismo residencial a un destino de sol y playa.

En otro apartado de la encuesta, se evaluaron los mismos indicadores al interior del puerto de Mazatlán en una escala *Lykert* de 1 a 3 "nada satisfactorio" "neutral" "satisfactorio" que permitirá conocer la percepción del turista residencial a partir de sus experiencias en el destino, e indagar en el nivel de satisfacción de este segmento de mercado, para determinar los factores que inciden en la competitividad turística de Mazatlán, desde la perspectiva de la demanda, en este caso, el mercado de turismo residencial de origen estadounidense.

Finalmente, se procedió a la traducción del instrumento al idioma inglés y se realizó una prueba piloto con personas de origen estadounidense, a fin de evaluar la comprensión y claridad del instrumento.

#### **4.5- Construcción del modelo teórico conceptual**

La construcción y desarrollo del modelo teórico conceptual para la competitividad de destinos turísticos ante el mercado de turismo residencial se

plantea en dos fases, La fase 1 se desarrolla en el presente Capítulo (véase Figura 7), mientras que la fase 2 se aborda en el Capítulo 5 de resultados.

Fase 1: Formulación y desarrollo del modelo, basado en el análisis de la literatura contemporánea referida a competitividad de destinos turísticos, proceso de elección y motivaciones del turismo residencial.

Fase 2: Validación empírica del modelo desarrollado.

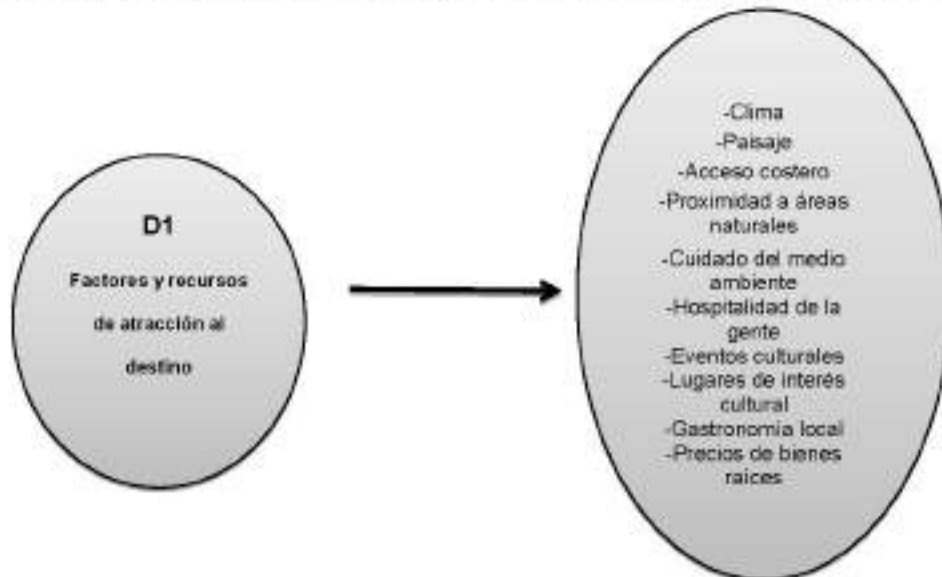
El modelo que se propone en esta investigación, integra cinco dimensiones que son la base del modelo conceptual de Ritchie y Crouch (2003), -factores y recursos de atracción, factores y recursos de soporte, dirección del destino, política de planificación y desarrollo del destino, determinantes limitadores y amplificadores- las cuales integran un grupo de indicadores, que se muestran en la **Tabla 14**. Cada uno de los indicadores se estableció para su evaluación desde la perspectiva de la demanda –turistas residenciales de origen estadounidense-, evaluando sus experiencias, y satisfacción en el destino, y a partir de los resultados, pretende identificar los factores que determinan la competitividad de destinos de sol y playa para este mercado específico. El siguiente esquema, ilustra la propuesta del modelo teórico conceptual, de competitividad de un destino turístico de sol playa, ante el mercado de turismo residencial.

Figura 7.- Modelo de competitividad para un destino turístico ante el mercado de turismo residencial.

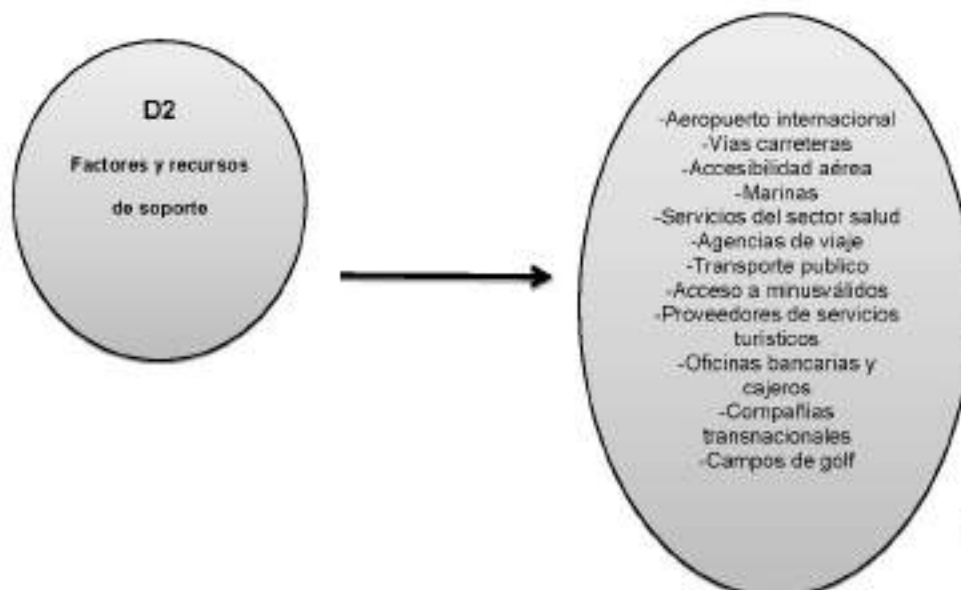


Fuente: elaboración propia

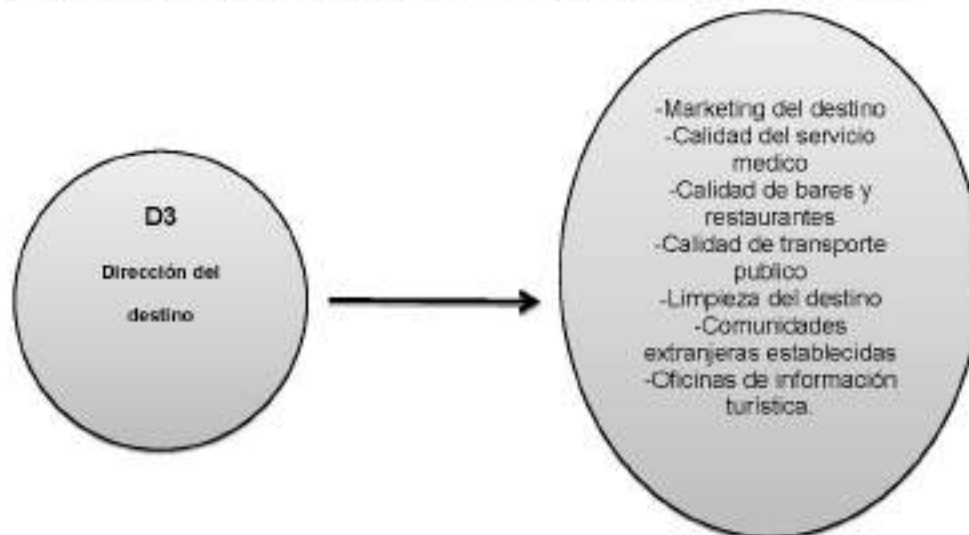
**Los factores y recursos de atracción:** están representados en los factores y motivaciones claves que actúan para atraer al turista residencial hacia un destino de sol y playa. En este caso se establecieron los siguientes indicadores subjetivos:



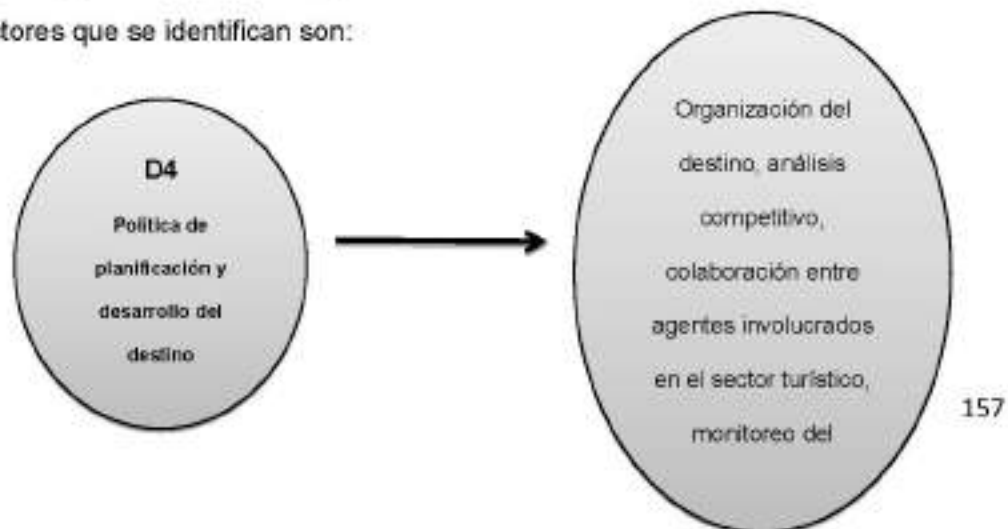
**Los factores y recursos de soporte** proporcionan las bases para que el destino turístico residencial sea fuerte y estable; se considera principalmente el aspecto de infraestructura y se conforma por los siguientes indicadores.



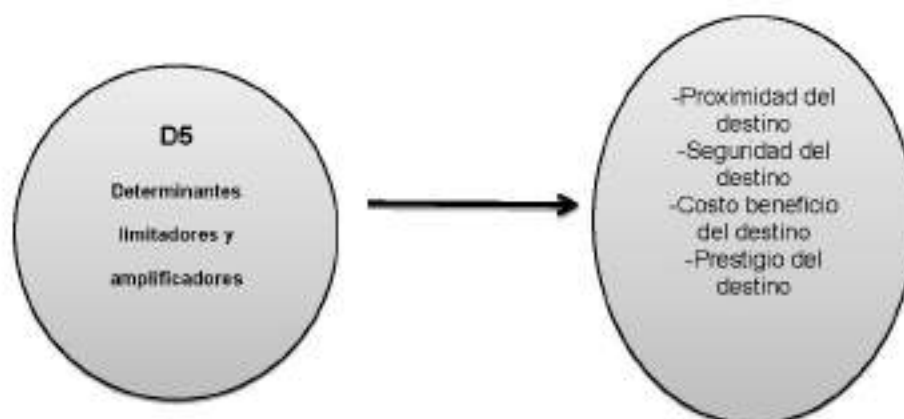
**La dirección o gestión del destino** son factores que realzan el atractivo de los recursos principales, además de reforzar la calidad y efectividad de los recursos y factores de apoyo y lograr una mejor adaptación a las restricciones del destino turístico. En este caso se consideran los siguientes indicadores subjetivos:



**En la política de planificación y desarrollo del destino** se define la política turística como un conjunto de regulaciones, reglas, directrices y desarrollo/promoción de objetivos y estrategias que sustentan el marco, en el cual las decisiones colectivas e individuales afectan directamente al desarrollo del turismo y a las actividades que diariamente se llevan a cabo en un destino. Los factores que se identifican son:



**Determinantes limitadores y amplificadores:** son considerados restricciones o influencias que afectan el potencial competitivo de los destinos turísticos ya que pueden modificarlo o desgastarlo. En este sentido, y considerando al segmento del turismo residencial de origen estadounidense se establecen los siguientes indicadores.



**Tabla14.- Consideraciones para el modelo teórico conceptual**

| Dimensión                               | Alcance  | Indicador   |
|---|--|---|
| Factores y recursos de atracción.<br>D1 | Recursos que posee el destino y que son importantes para el turista. | Clima, paisaje, acceso costero, eventos culturales, proximidad a áreas naturales, cuidado del medio ambiente, lugares de interés cultural, hospitalidad de la gente, gastronomía local, precios de bienes raíces.                         |
| Factores y recursos de soporte<br>D2    | Son los recursos que determinan la estructura del destino turístico  | Aeropuerto internacional, vías carreteras, accesibilidad aérea, marinas, servicios de sector salud, agencias de viajes, transporte público, accesibilidad a minusválidos, proveedores de servicios turísticos, compañías transnacionales. |

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Dirección del destino</b><br><b>D3</b>                            | Forman parte de la gestión del destino                                    | Marketing del destino, calidad de servicio médico, calidad de bares y restaurantes, calidad de transporte público, limpieza del destino, comunidades extranjeras, oficinas de información turística.            |
| <b>Política planificación y desarrollo del destino.</b><br><b>D4</b> | Es la política turística del destino, o bien los componentes de gobierno. | Organización del destino, análisis competitivo, colaboración entre agentes involucrados en el sector turístico, monitoreo del turismo, inversión en infraestructura turística, capacitación del recurso humano. |
| <b>Determinantes limitadores y amplificadores</b><br><b>D5</b>       | Son los factores geográficos, territoriales, y de ubicación.              | Proximidad del destino, seguridad del destino, costo beneficio del destino y prestigio del destino.   |

Fuente: elaboración propia

#### **4.6- Población y selección de la muestra**

Para determinar la muestra que diera confiabilidad y validez al trabajo de campo y con base en la detección de estadísticas limitadas que den cuenta de la magnitud del segmento de turismo residencial, se tomó como universo el registro emitido por el Instituto Nacional de Migración (INM) al año 2011, que señala un total de 3,773 estadounidenses residiendo en Mazatlán bajo las formas migratorias Fm2 y Fm3. Sin embargo, cabe aclarar que existe una población de turistas residenciales de origen estadounidense en el puerto, con permiso FmT, y de la cual no se tiene un registro oficial. Por ello, se añadió a este universo del INM un porcentaje a partir de una muestra piloto que determinó que el 27% de los encuestados, es decir, 2.7 de cada diez, residen bajo ese status ante el INM; al

sumar este porcentaje a la población que registra el Instituto, dio un total de 4,328 estadounidenses en Mazatlán.

Por medio del uso de un paquete estadístico, se consideró un margen de error del 5% y 85% de nivel de confianza representativa, y considerando la población estimada de 4,328 estadounidenses, el tamaño que se determinó para la muestra fue de 189 encuestas.

#### **4.7- Consideraciones para su aplicación**

Considerando que el segmento de turismo residencial internacional en Mazatlán, procede principalmente de los países de Norteamérica (Estados Unidos y Canadá) se establecieron ciertos parámetros para la elección e identificación de los informantes:

- Se aplicaron encuestas solamente a personas de origen estadounidense.
- Se consideraron personas en edad adulta mayor, jubilados o próximos a jubilarse.
- Se consideró su residencia temporal en el destino (Mazatlán) y no permanente.
- Se consideró su alojamiento en una vivienda propia o en alquiler como lo establece la teoría de Turismo Residencial.



Cabe hacer algunas aclaraciones respecto a la selección de los informantes. Se consideraron solo personas de origen estadounidense. Con base en la revisión de datos disponibles, se pudo establecer que gran parte de la población estadounidense que practica turismo residencial está compuesta por personas jubiladas, sin embargo, mediante la prueba piloto se constató que para el caso de Mazatlán no lo son en su totalidad, por lo tanto se incluyen ambas opciones. Con base en otros estudios, se identifica que la dinámica de turismo residencial se considera movimiento migratorio, por la temporalidad permanente en el destino, en este caso, se consideró solo a los estadounidenses que permanecen en el destino de forma parcial -menos de un año- y finalmente se aplicó el cuestionario a turistas residenciales de origen estadounidense propietarios de una vivienda o quienes rentan su alojamiento temporal.

Los cuestionarios se aplicaron en los principales puntos de reunión y hogares particulares de los turistas residenciales de origen estadounidense. Una vez que se identificaron estos lugares ubicados en el centro histórico de la ciudad y en la zona dorada, se contó con la importante ayuda de algunos residentes estadounidenses "porteros", quienes permitieron establecer la confianza entre sus compatriotas para el llenado del cuestionario en su totalidad. Además, se utilizó la técnica de bola de nieve (Taylor y Bogdan 1990) a partir de los porteros quienes nos direccionaron con familiares y amigos para su colaboración en la investigación.

Durante el trabajo de campo, y por medio de la encuesta, en primera instancia se sometió a valoración un total de 39 indicadores agrupados en cinco dimensiones, las cuales se distribuyeron en dos bloques; factores motivadores, y experiencias en el destino. Para el análisis se hizo un levantamiento de 200 cuestionarios. Las respuestas fueron capturadas y cuantificadas numéricamente mediante el programa estadístico SPSS. Una vez concentrados los resultados, se procedió al análisis cualitativo.

En lo que respecta al análisis cuantitativo del presente estudio, para el caso de la evaluación de los factores motivadores, se consideraron las respuestas agrupadas en la escala 3, es decir, "muy importante". Para la evaluación de las percepciones de los turistas residenciales de origen estadounidense hacia Mazatlán, se consideraron las respuestas agrupadas en escala 3, satisfactorio, y a su vez se analizaron las cuestiones poco satisfactorias, ya que el objetivo general de esta investigación establece determinar los factores que mayormente influyen en la competitividad del destino –Mazatlán-, evaluados desde la perspectiva de la demanda, y en este caso se consideró el valor más alto para su determinación.

Una vez seleccionada la evaluación de cada indicador agrupado en su dimensión, se procedió a hacer una normalización de los factores. A tal fin, se normalizan en una primera etapa los distintos indicadores utilizando un procedimiento habitual en la literatura, por lo que la evaluación de una dimensión se hace a partir de la normalización de cada elemento que integra, en este caso, se calcula a partir de los indicadores máximos y mínimos que agrupa. De modo

que ello arroja indicadores con valores entre 0 y 1, donde 0 corresponde al valor mínimo y 1 al valor máximo.

De acuerdo a las valoraciones, se identificó que el resultado, en orden de importancia de las dimensiones, se vio afectado por el número heterogéneo de indicadores que se establece en cada caso, ya que algunos con una valoración baja, afectaron la ponderación de ese grupo. Ante esta situación y en busca de contrarrestar la subjetividad del análisis, se procedió a hacer un agrupamiento de los indicadores en orden de importancia; para ello se utilizó el criterio del porcentaje de la varianza explicada aplicada a las ciencias sociales, que establece la discriminación de los *ítems* con una valoración por debajo de 0.60 (Bas, 2014), ya que se consideraron no ser determinantes para el flujo residencial de origen estadounidense.

Posteriormente, se procedió a la desagrupación por orden de importancia de los indicadores para cada dimensión, que permitió identificar los factores determinantes para la elección del destino residencial – Mazatlán- ante el turismo residencial estadounidense.

Para indagar en el grado de satisfacción del turista residencial, se utilizó el resultado del valor esperado o su evaluación antes de moverse hacia el destino, y el valor percibido, es decir al interior del destino. A partir del análisis del valor obtenido, se indagó en los factores que resultaron determinantes para la

competitividad de los destinos de sol y playa ante el mercado de turismo residencial, tomando como estudio de caso el puerto de Mazatlán.

Finalmente, con base en los resultados obtenidos en los criterios determinantes de atracción o elección del destino y los satisfactores al interior del mismo, se procedió a identificar las ventajas comparativas y competitivas del destino turístico residencial –Mazatlán- ante el segmento estudiado.

## **CAPÍTULO V**

### **RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN.**

#### **5.1- Antecedentes**

A fin de conocer los factores que determinan la competitividad de los destinos turísticos ante el mercado de turismo residencial, se delimitó el área geográfica de estudio en esta investigación: el puerto de Mazatlán, Sinaloa. Para ello, se citan algunas cuestiones socio-demográficas de la ciudad que permiten tener un panorama de su estrecha relación con el turismo norteamericano a partir de su situación geográfica, también se hace una revisión histórica de Mazatlán como puerto comercial que atrajo las primeras inversiones estadounidenses y posteriormente favorecería el desarrollo de la actividad turística con grandes aportaciones de capital tanto regional como anglosajón, una vez identificadas las ventajas comparativas con las que contaba el puerto para el desarrollo y beneficio económico de la localidad.

Por otro lado, se analizan los desplazamientos de los turistas estadounidenses hacia Mazatlán, a través de diversas etapas, hasta conformarse como turistas residenciales en el destino. Finalmente, se señalan los factores que inciden en la elección del destino residencial, así como los factores que al interior resultan relevantes y con base en el conocimiento del segmento, potenciar los recursos con los que se cuenta, para obtener el máximo beneficio del turismo residencial.

### 5.1.2- Aspectos geográficos de Mazatlán, Sinaloa

Sinaloa es uno de los 32 estados que conforman la república mexicana. Administrativamente, comprende 18 municipios: uno de ellos es Mazatlán. La ciudad y/o puerto de Mazatlán es la segunda en importancia en el estado y una de las más importantes en el sector turístico a nivel nacional. Sus limitantes al norte: el municipio de San Ignacio y el estado de Durango, al sur: el municipio de Rosario y el Océano Pacífico, al oriente: el municipio de Concordia y al poniente con el litoral del Océano Pacífico (SEDESOL, 2005). Su población, hasta el año 2010, de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística (INEGI, 2010) era de 438,434 habitantes.

El arribo al puerto de Mazatlán se facilita mediante su red carretera, de la cual destacan principalmente dos vías. La primera es la carretera internacional 15, a través de la cual Mazatlán se conecta con dos de las principales ciudades del estado (Culiacán y Los Mochis) además de otras ciudades de otros puntos al norte como Nogales, en Sonora, y al sur con {Guadalajara y la ciudad de México}. La segunda es la carretera Federal 40, que conecta a Mazatlán con la ciudad de Durango. Sumada a las anteriores vías de acceso carretero, en el año 2013 se dio la apertura de la autopista Mazatlán-Durango que, además de solucionar los problemas de acceso, representa un gran potencial para incrementar el comercio y el turismo con los estados del norte de México. Véase **Figura 8**.

Por otra parte, el acceso aéreo se da por medio del aeropuerto internacional Rafael Buelna, ubicado a 25 kilómetros de distancia con respecto a la ciudad, y el cual recibe vuelos directos desde las ciudades de Denver, Houston, Los Ángeles y San Francisco, además de otros destinos nacionales como Ciudad de México, Tijuana, Monterrey y Guadalajara que se han anexado a esta lista con la integración de aerolíneas denominadas de “bajo costo” al puerto.

**Figura 8.- Mapa de accesibilidad a Sinaloa**



Fuente: Plan Maestro de Turismo Mazatlán XXI.

Entre las principales actividades económicas del puerto destacan la pesca y el turismo. A nivel nacional, Mazatlán es considerado como uno de los principales destinos turísticos de playa y posee la segunda flota pesquera más grande del país, empleada principalmente en la captura de atún y camarón.

### **5.1.3 Turismo e Inversión extranjera en Mazatlán**

Para el entendimiento del fenómeno turístico residencial internacional en Mazatlán, a continuación se analiza el contexto de arribos de extranjeros al puerto, principalmente de estadounidenses. Por su ubicación geográfica, al noroeste del país, Mazatlán ha sido destino de comerciantes, inversionistas y turistas extranjeros, principalmente de procedencia estadounidense y canadiense. En este orden de ideas, y con base en una revisión de la literatura de la historia del turismo en Mazatlán (Santamaría 2002; 2011) un suceso histórico que repercutió a favor de estas relaciones fue la declaración de Mazatlán como puerto en el año de 1922. A partir de entonces, surgió el interés principalmente comercial por parte de los anglosajones. En cuanto a la actividad turística, ya existían, aunque pocas, algunas inversiones en infraestructura de hospedaje –con los hoteles De France, El Nacional y El Belmar-. De acuerdo con cifras de esa época, en 1920 se registró la llegada de 8 mil personas, mientras que para 1929 ya eran 41 mil arribos de turistas internacionales, provenientes en su mayoría de Estados Unidos, al puerto.

Durante la década de los 40's, los medios por los que arribaba el turismo a Mazatlán eran el ferrocarril y el barco. En lo que respecta a la conectividad aérea, existían solo algunos vuelos al interior de la república – La Paz y Torreón-. Aunada a estas formas de comunicación, la carretera internacional, inaugurada en 1948, favorecería el desarrollo de la actividad turística; dicha obra fue financiada por corporaciones estadounidenses y permitió la conexión del puerto con la frontera norte. Además, en 1949 se sumaría la carretera Mazatlán-Durango, con un



recorrido de aproximadamente 12 horas. Estas obras repercutirían rápidamente en la afluencia turística de los estadounidenses hacia Mazatlán y, en el año 1955, se registró el arribo de quinientas casas rodantes con alrededor de 2 mil turistas, la mayoría de ellos eran personas mayores de 45 años, quienes se dedicaban a los negocios o eran jubilados (Santamaria, 2011).

Otro acontecimiento importante que facilitaría el arribo de los turistas anglosajones fue la llegada de la primer aeronave tipo *jet* a Mazatlán en 1962, con la ruta Mazatlán - Los Ángeles. Ese mismo año se daban a conocer inversiones de capitales procedentes de la Unión Americana, que permitirían la construcción de hoteles como La Siesta, el Hotel Playa y dos años más tarde en el hotel De Cima, todos propiedad de residentes estadounidenses en Mazatlán (Santamaria, 2002). Hacia la década de los 70's, los capitales foráneos establecieron varios hoteles, como el *Holiday Inn*, propiedad de la Morgan Guarantay Banker Trust, *El Camino Real*, de la Western International Hotels, *The Inn at Mazatlán* y el *Hotel Playa*. A principios de la misma década, se registró mayor participación del turismo extranjero con respecto al turismo nacional.

Hasta los inicios de los años setenta, Mazatlán se encontraba en una posición favorable al no existir cadenas hoteleras internacionales en otros destinos, esto debido a una serie de restricciones legales que hacía posible la

inversión solo a empresarios nacionales<sup>29</sup>. No obstante, a partir de la apertura a la inversión extranjera en las costas mexicanas, las grandes cadenas hoteleras internacionales invertirían decididamente en el litoral del Caribe y el Océano Pacífico –Cancún, Cozumel, Huatulco, Puerto Escondido, Nuevo Vallarta, Los Cabos e Ixtapa Zihuatanejo- que se conformarían en el grupo de los Centros Integralmente Planificados en México. A partir de entonces, se dio un cambio en el comportamiento de las inversiones y la demanda turística que marcaría decididamente de manera negativa las llegadas del turismo internacional en los destinos de playa tradicionales, entre ellos Mazatlán. Véase **Tabla 15**.

**Tabla 15.- Afluencia Turística a Mazatlán por procedencia 1970-1975.**

| PROCEDENCIA | AFLUENCIA TUR. MILES DE PERSONAS |         |         |         |         |       |
|-------------|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|-------|
|             | 1970                             | 1971    | 1972    | 1973    | 1974    | 1975  |
| TOTAL       | 395.786                          | 567.161 | 669.250 | 778.715 | 911.077 | 467.7 |
| NACIONAL    | 102.528                          | 118.907 | 144.238 | 304.888 | 306.800 | 312.8 |
| EXTRANJERA  | 293.258                          | 448.254 | 525.012 | 473.829 | 604.277 | 154.9 |

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (1986).

A través del contexto histórico de las inversiones extranjeras en Mazatlán, es notoria su inclinación hacia el desarrollo de la actividad turística en el puerto. Dichas inversiones permitieron la conformación y transformación de la zona turística del puerto que paulatinamente posicionó a la actividad turística como pilar de su economía. Por otro lado, hubo inversiones que no se concretaron, en parte

<sup>29</sup>Durante el gobierno del presidente Luis Echeverría 1970-1976, se hicieron cambios a la ley vieja nacionalista, favoreciendo la inversión extranjera en las costas del país a través de los fideicomisos en bancos mexicanos.

por restricciones del propio gobierno mexicano. Recordemos que la Ley Mexicana de Inversión Extranjera marcaba un área restringida que comprendía cien kilómetros de la frontera y cinco kilómetros de la costa, zona en la que no podían poseer propiedades los extranjeros, a ello se sumaron otros eventos relevantes como las crisis que reducían la llegada de turistas al puerto y el impedimento de inversionistas locales tradicionalistas, al considerar competencia desleal a las grandes cadenas internacionales.

## **5.2- Características del turismo Residencial en Mazatlán**

Si bien, a partir de la década de los setenta con la apertura de los Centros Integralmente Planeados, el puerto de Mazatlán perdió competitividad con respecto al mercado internacional, desde entonces se fue incrementando una corriente turística particular, hasta ahora poco estudiada y por ende poco aprovechada por los entes involucrados en el sector turístico: se trata de personas en edad adulta mayor, procedentes de Estados Unidos y Canadá. Durante el proceso de desarrollo turístico de Mazatlán, turistas estadounidenses ahora jubilados o próximos a hacerlo, han decidido establecerse en Mazatlán conformándose en el segmento denominado: "Turismo residencial".

Son pocos los estudios desarrollados desde el sector público, privado y académico que permitan precisar cifras de la magnitud del fenómeno turístico residencial en Mazatlán. A partir de datos del Instituto Nacional de Migración (INM), se considera que Mazatlán es el destino turístico temporal e incluso

semipermanente de un total de 6,068 extranjeros, de los cuales 3,816 son estadounidenses. Cabe destacar que esta cifra omite a los ciudadanos estadounidenses que ingresan al país bajo la forma migratoria Fmt, la cual les permite permanecer en el país hasta por doce meses consecutivos. Entre los más de 6 mil extranjeros "mazatlecos", hay quienes rentan casas o departamentos, pero durante el "boom" inmobiliario que se ha dado, desde fines de 2006 a finales del 2007, se vendieron mil 135 unidades a los residentes de otros países, ya sea casas o condominios, lo que da un aproximado de 94 unidades compradas al mes, según informes de la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios" (Gómez, 2008).

El puerto de Mazatlán es reconocido como uno de los principales destinos de preferencia en México del turismo de personas en edad adulta mayor y de retiro, tal como lo demuestra la gráfica basada en el estudio de Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA 2012).

**Gráfica 4.- Principales municipios de residencia en México de las personas nacidas en EEUU con 50 años o más**



Fuente: BBVA (2012).

Entre las características que sobresalen de Mazatlán en el agrado y elección como destino residencial de estadounidenses, Brady (2005) señala cuatro razones con base en sus experiencias en el puerto:

- 1) Mazatlán se ubica en la costa occidental de México, lo que representa una ventaja para los residentes del oeste de Estados Unidos, por lo que los vuelos son más baratos que dirigirse a otros lugares del Caribe.
- 2) Mazatlán es el único puerto de tamaño considerable al norte de Acapulco, que mantiene una cultura tradicional mexicana.
- 3) Mazatlán fue y sigue siendo un lugar barato con muchos atractivos turísticos
- 4) Los habitantes de Mazatlán son gente amable

En cuestiones al interior del puerto, se identifica que gran parte de los turistas residenciales de origen estadounidense, se concentran en organizaciones con compatriotas. Además de su función de integración social, las asociaciones como clubes y grupos religiosos, desempeñan un importante papel de apoyo para sus miembros. Algunas de las asociaciones que existen en Mazatlán son: *American Legion Post 11, Friends of México, The Vineyard, Familia y Hands Across the Borders*. (Lizárraga y García, 2008).

A partir del contexto señalado anteriormente, que permite identificar al puerto de Mazatlán como uno de los destinos preferidos por los turistas residenciales de origen estadounidense, y ante el poco conocimiento de este segmento de mercado en su accionar turístico, resulta evidente la importancia del conocimiento de sus características, motivaciones de viajes, así como su satisfacción al interior del destino, que permitan potenciar las ventajas comparativas del puerto en ventajas competitivas, para un aprovechamiento óptimo de esta dinámica turística.

#### **5.2.1- Perfil sociodemográfico del turista residencial de origen estadounidense en Mazatlán**

En atención al segundo de los objetivos planteados en el presente estudio, enfocado a compilar el perfil del turista residencial de origen estadounidense en Mazatlán, a continuación se presentan algunas sus características sociodemográficas establecidas a partir de los resultados obtenidos en la encuesta

aplicada a 200 personas de este segmento de mercado específico. La edad y el origen son *a priori*, las variables independientes que más van a influir en el resto y, por consiguiente, en los comportamientos. Por este motivo, el análisis comienza por dichas características.

**Edad.** La edad promedio de los turistas residenciales estadounidenses establecidos en Mazatlán oscila alrededor de los 63 años de edad. En su mayoría pertenecen a la generación de (*baby boomers*), es decir, son personas nacidas entre 1946 y 1964, identificándose rangos de edades pertenecientes tanto a *younger* como *older boomers*. El 8% respondió estar por debajo de la edad mínima de un *boomer* (51 años), en este caso, se atribuye este porcentaje a estadounidenses que realizan visitas a otros turistas residenciales, es decir, realizan turismo residencial, pero su estancia es menor a la de sus familiares o amigos residentes en el puerto. El 54% de los encuestados respondió tener entre 52 y 68 años de edad -*younger boomers* y *older boomers*-, mientras que el 38% contestó tener 69 años o más, un dato particular de este último grupo, es que sus estancias son más prolongadas y sus viajes a Estados Unidos son esporádicos durante el año.

**Género.** En cuanto a su concentración por género y de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Migración para el año 2008, de los 3,816 estadounidenses que residían en Mazatlán, 2,327 eran hombres, de manera que solo 1,488 era el número de féminas, equivalentes al 61% y 39%, respectivamente (INM, 2008). Lo

anterior arroja una proporción de 6 a 4 en cuanto a hombres y mujeres respectivamente.

**Origen.** Son diversos los estados de los que provienen los turistas residenciales estadounidenses, no obstante se identificó que coinciden en su ubicación geográfica. Algunos provienen del norte de Estados Unidos: Dakota del Norte, Minnesota, Washington, Wisconsin, Idaho, Illinois, Oregón y Nueva York. Por otro lado, se identifican los que provienen de estados colindantes o próximos a la frontera mexicana, como el caso de: Nuevo México, Nevada, Texas y Arizona. Es preciso resaltar que el mayor número son de procedencia californiana, dicho estado se ha caracterizado por ser el principal estado emisor de turistas hacia el puerto de Mazatlán.

**Figura 9.- Procedencia del turista residencial de origen estadounidense**



Fuente: elaboración propia en base a resultados de la encuesta.



**Residencia.** Se identificaron distintas modalidades en el accionar turístico residencial de los estadounidenses, respecto a la duración de sus estancias en el puerto de Mazatlán. El 56% respondió seguir dinámicas del *second home* o *snowbirds*, es decir, viven por periodos de entre 3 y 6 meses; el 33% mencionó hacerlo por temporadas mayormente prolongadas que van de 7 y hasta 12 meses; mientras que el 11% respondió hacerlo solamente de manera convencional, por debajo de 3 meses. De acuerdo a lo anterior, identificamos que las personas cuyas estancias son inferiores a 3 meses, aún realizan alguna actividad en Estados Unidos, y en sus visitas a Mazatlán se alojan en viviendas de familiares o amigos; no obstante, consideran la posibilidad de realizar turismo residencial una vez que culminen con sus labores en su país:

*" He visitado Mazatlán por mucho tiempo, la primera ocasión fue hace mas de 27 años. Actualmente mis viajes a Mazatlán son una o dos veces por año y trato de quedarme el mayor tiempo que me permite mi trabajo. Mi hermana tiene esta casa aquí y eso facilita las cosas. Ahora que tengo muchos amigos en Mazatlán, espero jubilarme y quizá podría comprar una propiedad aquí, aún no lo se, pero sin duda deseo estar mayor tiempo en Mazatlán cuando me retire de mi trabajo"*

Una de las cuestiones relevantes en la dinámica turística residencial, es la posibilidad de adquirir propiedades. De acuerdo con la muestra, el 58% de los turistas residenciales estadounidenses en Mazatlán posee una casa en propiedad. En cuanto al valor de sus propiedades, si bien no es posible señalar una cifra exacta, los precios oscilan entre uno y tres millones de pesos mexicanos. Por otro

lado, el 30% de los encuestados respondió rentar una vivienda; el 8% se aloja con familiares y amigos; y un 4 % habita de manera temporal en *trailer parks*.

**Nivel de ingresos.** En un estudio realizado con anterioridad, se cuestionó a los turistas residenciales respecto a su perfil socioeconómico. En este orden de ideas, nos percatamos que son personas en su mayoría de clase media en su país, quienes se desempeñaron en labores como empleados de gobierno, maestros, médicos, militares, ingenieros y vendedores. Actualmente perciben ingresos de entre 1,000 y 5,000 dólares al mes, y son pocos los que superan los 5,000 dólares mensuales.

### **5.3 Discusión de resultados**

Esta investigación tuvo como propósito determinar los factores que inciden en la competitividad de Mazatlán, Sinaloa, como destino de sol y playa en el mercado del turismo residencia. El estudio se desarrolló desde la perspectiva de la demanda, es decir a partir de las aportaciones de los turistas residenciales de origen estadounidense en Mazatlán. En atención a los objetivos específicos, se caracterizó su perfil, se identificaron los factores que inciden en su decisión del traslado con fines residenciales hacia Mazatlán, se indagó en el grado de satisfacción respecto a las amenidades del destino y su decisión del traslado hacia (Mazatlán). Finalmente, se identificaron las ventajas competitivas y comparativas de Mazatlán ante el mercado de turismo residencial. A continuación se discuten los resultados obtenidos en este estudio.

#### **5.4- Factores de incidencia en los desplazamientos residenciales de estadounidenses.**

En cumplimiento al tercero de los objetivos de esta investigación, "Identificar los factores que inciden en la decisión del traslado de los turistas residenciales de origen estadounidense hacia Mazatlán", en principio, se describe el proceso que transitan en la elección del destino. Dicho proceso, presenta un grado de complejidad importante, ya que se encuentra determinado por diversas características de sus actores y sus experiencias en el destino. En ese contexto, intervienen cuestiones relacionadas con el proceso de toma de decisiones de las personas mayores propuesto en dos fases por Abellán y Gracia (1993). En principio se consideran factores personales (edad, estilo de vida, salud,); ambientales (clima, paisaje, acceso costero) y sociales (seguridad económica, estado de bienestar), se encontró que un factor que propicia su movilidad es el alto costo de vida que les representa permanecer durante todo el año en Estados Unidos, una vez que sus pensiones son inferiores a los ingresos durante su vida vitalicia, los altos costos de los servicios médicos y la insatisfacción con varios aspectos del país de origen, como el clima durante la época invernal y el estilo de vida,

La segunda fase se basa en el conocimiento previo del lugar y en los valores sociales asociados al mismo. En este caso, las motivaciones asumen un rol importante. Moutinho (1987) entiende a la motivación como una necesidad o condición que ejerce empuje en el individuo hacia determinado tipo de acción que

considera le retribuirá satisfacción. En relación con el turismo, las motivaciones son el inicio del proceso de consumo turístico y se estimula a partir de un complejo conjunto de influencias económicas, sociales, psicológicas, culturales, políticas y ambientales, que a su vez, a partir son evaluadas a partir de las experiencias *in situ*.

A su vez, las visitas previas permiten el establecimiento de lazos de amistad (Lizárraga, 2011), lo que se traduce en mayor confianza hacia el destino y permite crear escenarios prósperos. Las experiencias favorables en los destinos turísticos, se configuran como un elemento determinante en la elección residencial. De los turistas residenciales estadounidenses establecidos temporalmente en el puerto, 78% respondió haber tenido acercamientos previos a Mazatlán, con características similares a las del turismo convencional, es decir, con estancias cortas en alojamiento reglado (hoteles). Para Salva (2011), en su propuesta del proceso de generación del turismo residencial, "Las personas que previamente fueron turistas de alojamiento hotelero se transforman en turistas residenciales a través de la adquisición de segundas residencias".

A partir del análisis de resultados, se identifican tres etapas relacionadas con el previo accionar turístico de los estadounidenses que actualmente residen temporalmente en Mazatlán, mismos que guardan relación directa con el proceso de elección del destino residencial. En este orden de ideas, el primer acercamiento se identifica entre la década de los 70.s, época de desarrollo del turismo en

Mazatlán, posicionándose entre los principales destinos de sol y playa. Durante ese periodo se identifica el primer acercamiento de los turistas residenciales de origen estadounidense al puerto, quienes realizaban sus estancias en alojamiento reglado (hoteles) o similar.

El segundo acercamiento se relaciona con desplazamientos temporales durante la época invernal de su país -*snowbirds*- fenómeno observado a partir de la segunda mitad del siglo XX, intensificándose entre las décadas de 1980 y 1990, regularmente identificado por las grandes caravanas de casas rodantes y vehículos recreacionales (*Rv's*, por sus siglas en inglés) que arribaban a Mazatlán donde encontraban los espacios adecuados para aparcar sus unidades móviles, entre los meses de octubre y noviembre con estancias de entre 2 a 6 meses, dicho fenómeno aún se aprecia en el puerto, sin embargo, los registros de los establecimientos que dan acogida a los *Tráiler Parks* y *Rvs* refleja un descenso significativo en cuanto arribos durante la última década.

Como tercer acercamiento, los turistas residenciales al ser alcanzados por la vejez y el cansancio, se ven motivados a reconsiderar su establecimiento en el destino mediante la compra de una vivienda, además de lo atractivo que les resulta al evaluar las amenidades y facilidades que les otorga el destino para estancias placenteras. A decir de Salva (2011), el turismo residencial se explica a partir de un proceso evolutivo desarrollado en el tiempo. Es decir, la unidad familiar que decide vincularse de una forma más permanente de la que hasta ahora tenía a un destino, no lo hace normalmente de una manera espontánea,

precipitada o sobre la marcha, sino que lo estudia con detenimiento y examina las opciones que se le presentan durante cierto tiempo hasta que toma una decisión final. En la transición de las etapas señaladas arriba, se establecen lazos entre el turista y el destino, que influyen significativamente en que el último se convierta en el nuevo sitio residencial. Para Cuba Lee (1991), la mitad de las personas retiradas se ven influenciadas por un destino específico, esto es, tienen un único destino en mente, y enfatiza en el hecho de que el destino vacacional repetido se convierte en el destino de retiro. Sobre esa cuestión recogimos las siguientes opiniones de turistas residenciales de origen estadounidense.

*"Mi primera visita a Mazatlán se dio hace más de 45 años, y venimos aquí en familia dos o tres ocasiones, recuerdo que había apenas algunos hoteles y el paisaje era maravilloso. Mi padre repetidas veces comentaba que deseaba emprender negocio aquí, pero nunca sucedió. Posteriormente pasaron muchos años hasta que volví aquí con mi esposo, él manejaba más de 3,000 millas en nuestro Rv y normalmente permanecíamos en el espacio donde hoy está el centro comercial –Mega-. Ahora estoy sola en esta casa, pero tengo muchos amigos aquí -estadounidenses-canadienses-mexicanos".*

*"Antes de decidir adquirir nuestro departamento aquí (Mazatlán), pasé varios años en Estados Unidos. Durante ese tiempo vivía un poco deprimida, ya que tenía pocas actividades durante mi vida cotidiana; una vez que ya no tenía una jornada laboral, permanecía mucho tiempo sola en casa. Anteriormente mi esposo y yo habíamos visitado Mazatlán en un par de ocasiones cuando éramos*

*más jóvenes, y repetidamente algunos amigos que ya estaban residiendo temporalmente aquí me alentaban a venir. En principio era difícil, ya que veníamos por algunas semanas en tiempo compartido, pero mi esposo seguía en su trabajo en Estados Unidos. Una vez que mi esposo se jubiló, decidimos intentarlo por algunas temporadas, en un principio él manejaba hasta acá –Mazatlán- y nos quedábamos 4 meses en nuestra casa rodante, pero por la distancia y lo difícil que resultó que condujera con el paso de los años y una oportunidad que surgió, pudimos comprar este departamento”.*

Por otro lado, con el objetivo de identificar los factores que inciden en las decisiones de los turistas residenciales de origen estadounidense en su elección por Mazatlán, a partir de la evaluación de los indicadores propuestos en el modelo teórico conceptual, los resultados presentados en la **Tabla 16** evidencian que no todos los indicadores utilizados en dicho modelo son motivadores determinantes al momento de ser evaluados por los estadounidenses asentados temporalmente en Mazatlán. Así, se identifican algunos elementos que lograron una valoración alta y otros reducida; como se expuso con anterioridad en el capítulo metodológico, el presente estudio pretende identificar las cuestiones determinantes de la competitividad de Mazatlán ante el mercado de turismo residencial, por consiguiente, se considera un parámetro de desagregación de los indicadores que resultaron evaluados por encima de 0.60, no obstante, a continuación se realiza un primer análisis de los resultados.

**Tabla 16.- Rubros de evaluación de los factores de atracción al destino**

| <b>Factores y recursos de atracción al destino D1 = .40</b> |                   |              |              |  |
|---|-------------------|--------------|--------------|--|
| <b>Indicador</b>  | <b>IMPORTANTE</b> | <b>n=200</b> | <b>VALOR</b> |  |
| Clima   | 192               | 200          | 0.96         |  |
| Paisaje   | 146               | 200          | 0.73         |  |
| Acceso costero  | 176               | 200          | 0.88         |  |
| Proximidad a áreas naturales                                | 111               | 200          | 0.55         |  |
| Cuidado del medio ambiente                                  | 84                | 200          | 0.42         |  |
| Eventos culturales  | 114               | 200          | 0.57         |  |
| Lugares de interés cultural                                 | 128               | 200          | 0.64         |  |
| Gastronomía local   | 115               | 200          | 0.57         |  |
| Hospitalidad de la gente                                    | 185               | 200          | 0.92         |  |
| Precios de bienes raíces                                    | 72                | 200          | 0.36         |  |
|   |                   |              | <b>0.66</b>  |  |
| <b>Factores y recursos de soporte D2</b>                    |                   |              |              |  |
| <b>Indicador</b>  | <b>IMPORTANTE</b> | <b>n=200</b> | <b>VALOR</b> |  |
| Aeropuerto internacional                                    | 144               | 200          | 0.72         |  |
| Vías carreteras   | 102               | 200          | 0.51         |  |
| Accesibilidad aérea   | 145               | 200          | 0.72         |  |
| Marinas   | 16                | 200          | 0.08         |  |
| Campos de golf  | 69                | 200          | 0.34         |  |
| Servicios de sector salud                                   | 110               | 200          | 0.55         |  |
| Agencias de viajes  | 0                 | 200          | 0            |  |
| Transporte público  | 145               | 200          | 0.72         |  |
| Accesibilidad a minusválidos                                | 29                | 200          | 0.14         |  |
| Proveedores de servicios tur                                | 28                | 200          | 0.14         |  |
| Oficinas bancarias y cajeros                                | 156               | 200          | 0.78         |  |
| Compañías transnacionales                                   | 22                | 200          | 0.11         |  |
|   |                   |              | <b>0.40</b>  |  |
| <b>Dirección del destino D3</b>                             |                   |              |              |  |
| <b>Indicador</b>  | <b>IMPORTANTE</b> | <b>n=200</b> | <b>VALOR</b> |  |



|   |                   |              |              |
|---|-------------------|--------------|--------------|
| Marketing del destino                                     | 25                | 200          | 0.12         |
| Calidad del servicio medico                               | 120               | 200          | 0.60         |
| Calidad de bares y restaurantes                           | 126               | 200          | 0.63         |
| Calidad del transporte publico                            | 10                | 200          | 0.05         |
| Limpieza del destino                                      | 77                | 200          | 0.38         |
| Comunidades extranjeras                                   | 88                | 200          | 0.44         |
| Oficinas de información turística                         | 125               | 200          | 0.62         |
|   |                   |              | <b>0.40</b>  |
| <b>Política planificación y desarrollo del destino D4</b> |                   |              |              |
| <b>Indicador</b>  | <b>IMPORTANTE</b> | <b>n=200</b> | <b>VALOR</b> |
| Organización del destino                                  | 124               | 200          | 0.62         |
| Análisis competitivo                                      | 86                | 200          | 0.33         |
| Colaboración entre agentes del turismo                    | 137               | 200          | 0.68         |
| Monitoreo del turismo                                     | 21                | 200          | 0.10         |
| Inversión en infraestructura turística                    | 131               | 200          | 0.65         |
| Capacitación del recurso humano                           | 53                | 200          | 0.26         |
|   |                   |              | <b>0.44</b>  |
| <b>Determinantes limitadores y amplificadores D6</b>      |                   |              |              |
| <b>Indicador</b>  | <b>IMPORTANTE</b> | <b>n=200</b> | <b>VALOR</b> |
| Proximidad del destino                                    | 128               | 200          | 0.64         |
| Seguridad del destino                                     | 180               | 200          | 0.9          |
| Costo beneficio del destino                               | 154               | 200          | 0.77         |
| Prestigio del destino                                     | 34                | 200          | 0.17         |
|   |                   |              | <b>0.62</b>  |

Fuente: elaboración propia con base en resultados de la encuesta

A partir del procesamiento estadístico de los indicadores para cada una de las dimensiones establecidas en el modelo teórico conceptual de competitividad para el mercado de turismo residencial, en principio se observa que para el caso de los estadounidenses que eligieron a Mazatlán, la dimensión "factores y recursos de atracción D1" obtuvo la mejor valoración con 0.66, es decir, que para los turistas residenciales de origen estadounidense, algunos de los indicadores conformados en dicho factor son los que cobran mayor peso en su toma de decisiones del destino.

De acuerdo con los indicadores agrupados en **D1**, el clima fue el principal factor que consideraron los estadounidenses al momento de elegir a Mazatlán como destino residencial, con una ponderación de 0.96, seguido de la hospitalidad de la gente con un valor de 0.92. Otro elemento que se vuelve significativo es la posibilidad de habitar en un destino residencial con acceso costero, este indicador recibió una valoración de 0.88; en complemento con lo anterior, el paisaje del destino fue otro de los factores que obtuvieron un porcentaje significativo: 0.73.

Los lugares y eventos culturales también se consideran importantes, dichos indicadores lograron una valoración de 0.60. Finalmente, la proximidad con áreas naturales, se vuelve relevante en el accionar residencial de los estadounidenses, pues este *ítem* obtuvo una valoración de 0.61.

En segunda instancia, la dimensión "determinantes limitadores y amplificadores **D5**" obtuvo una ponderación de 0.60. Entre los elementos que se

consideran importantes encontramos: la seguridad del destino con un valor 0.90, El costo beneficio que les otorgan los destinos residenciales, en este caso a los estadounidenses, resultó el segundo elemento mejor evaluado con 0.77; finalmente, y considerando los parámetros de desagregación, el tercero de los *items* agrupados en D5 y que cobra relevancia en la dinámica de turismo residencial, es la proximidad del destino respecto al país de origen, dicho indicador obtuvo una valoración de 0.64.

La tercera dimensión que agrupó los indicadores considerados determinantes por los turistas residenciales de origen estadounidense al momento de elegir a Mazatlán como destino residencial, fue "la Política planificación y desarrollo del destino D4" destacando la colaboración entre agentes del turismo involucrados en el destino con una ponderación de 0.68, la inversión canalizada al desarrollo de infraestructura turística con 0.65 y la organización del destino con 0.62.

La dimensión D2, correspondiente a "factores y recursos de soporte" fue la penúltima en orden de importancia con una valoración promedio de 0.40, no obstante, se identificaron algunos *items* con ponderaciones por encima de 0.60. En este grupo sobresale el acceso a oficinas bancarias y cajeros con 0.78, la accesibilidad al destino mediante el aeropuerto internacional y la accesibilidad aérea que, agrupados, integran un valor de 0.72 y finalmente los servicios del sector salud con 0.61.

La "dirección del destino" **D3** resulto la menos determinante, no obstante, integra tres indicadores que resultan relevantes. Estos se relacionan con la calidad del servicio en el destino, en este caso la calidad de bares y restaurantes obtuvo una valoración de 0.63 mientras que la calidad del servicio médico 0.60, Por otro lado, los turistas residenciales de origen estadounidense, consideran importante la existencia de oficinas de información turística, indicador que obtuvo una valoración de 0.62

Ahora bien, a partir del proceso de desagregación de los indicadores evaluados por encima de 0.60 y su desagrupación de la dimensión correspondiente, a través del análisis estadístico se presentan los resultados que permiten identificar cuales los factores determinantes para los turistas residenciales de origen estadounidense en sus desplazamientos y elección de Mazatlán como destino residencial.

**Tabla 17.- Factores determinantes en la elección del destino residencial**

| Indicador                        | Ponderación | Dimensión |
|----------------------------------|-------------|-----------|
| 1.- Clima                        | 0.96        | D1        |
| 2.- Hospitalidad de la gente     | 0.92        | D1        |
| 3.- Seguridad del destino        | 0.90        | D5        |
| 4.- Acceso costero               | 0.88        | D1        |
| 5.- Oficinas bancarias y cajeros | 0.78        | D2        |
| 6.- Costo beneficio del destino  | 0.77        | D5        |
| 7.- Paisaje                      | 0.73        | D1        |

|      |  |      |    |
|------|--|------|----|
| 8.-  | Aeropuerto internacional               | 0.72 | D2 |
| 9.-  | Accesibilidad aérea                    | 0.72 | D2 |
| 10.- | Transporte público                     | 0.72 | D2 |
| 11.- | Inversión en infraestructura turística | 0.65 | D4 |
| 12.- | Proximidad del destino                 | 0.64 | D5 |
| 13.- | Lugares de interés cultural            | 0.64 | D1 |
| 14.- | Calidad de bares y restaurantes        | 0.63 | D3 |
| 15.- | Oficinas de información turística      | 0.62 | D3 |
| 16.- | Proximidad a áreas naturales           | 0.61 | D1 |
| 17.- | Servicios de sector salud              | 0.61 | D2 |
| 18.- | Calidad del servicio médico            | 0.60 | D3 |

Fuente: elaboración propia con base en resultados

Una de las teorías que permite dar explicación a los resultados, es la de “*push factors*” y “*pull factors*” o factores de empuje y de atracción. En la dinámica de turismo residencial de origen estadounidense hacia Mazatlán, los factores de empuje son las cuestiones que les motivan a salir de su país temporalmente, mismas que se configuran como factores de atracción mediante una evaluación de la situación en su lugar de residencia habitual, *versus* la del destino residencial. En este caso, los factores de atracción del destino –Mazatlán– resultan aquellos que se oponen a los de empuje. En principio y acorde a lo que establecen Ritchie y Crouch (2003), los recursos del destino son lo que atraen al turista residencial de origen estadounidense al puerto, un clima atractivo y un estilo de vida relajado, rodeado de gente hospitalaria. No obstante, se consideran también atracciones

naturales, el acceso costero, el paisaje, el idilio rural o la oportunidad de recreo en áreas naturales, y los lugares de encuentro con la cultura local.

En la dinámica del turismo residencial, se identifican cuestiones motivacionales relacionadas con la estructura social, ya que al tratarse de personas mayores, requieren más servicios médicos y de bienestar. En este orden de ideas, el costo beneficio que les otorgan los destinos es un factor importante en la elección de los estadounidenses. En el caso de Mazatlán, el menor costo de vida se refleja en la opción de adquirir una propiedad, el cuidado de la salud a menor costo y la posibilidad de establecer hábitos de consumo que les permitan llevar una vida saludable.

La infraestructura y la calidad de los servicios también resultan relevantes para los turistas residenciales de origen estadounidense al momento de elegir sus destinos residenciales. Se consideran aspectos como la accesibilidad aérea por medio de un aeropuerto internacional, la existencia de una buena red de transporte público y oficinas bancarias con atención bilingüe. En cuestión de servicios, se vuelve relevante la calidad del servicio médico, bares y restaurantes, así, como la existencia de oficinas que les proporcionen información turística. Finalmente, la proximidad geográfica del destino respecto a su país y las cuestiones de seguridad también son consideradas por el turismo residencial estadounidense. A decir de Huete (2008), la comprensión de los factores que influyen en las decisiones del turista residencial en la selección del destino, ayuda a una mejor planificación de los destinos turísticos, además de que otorgan el

saber de las influencias positivas para su reforzamiento y las influencias negativas que deberán contrarrestarse mediante técnicas de comunicación y mercadotecnia.

#### **5.5- Satisfacción del turista residencial en Mazatlán**

En atención al cuarto objetivo planteado en esta investigación, "Indagar en el grado de satisfacción del turismo residencial con las amenidades del destino y la decisión del traslado" hacia (Mazatlán), se consideró evaluar las experiencias de los estadounidenses a partir de sus prácticas turísticas residenciales en (Mazatlán). A través del modelo teórico conceptual propuesto en este estudio, se indagó en el grado de satisfacción de los turistas residenciales en Mazatlán en relación con cada uno de los *Items* considerados. A continuación se presentan los resultados obtenidos.

Con base en los resultados, se identifica a la dimensión "Determinantes limitadores y amplificadores **D5**" como la que otorga el mayor grado de satisfacción a los turistas residenciales de origen estadounidense durante sus estancias en Mazatlán con ponderación de 0.70.

**Tabla 18.- Satisfacción del turista residencial de origen estadounidense**

| <b>Factores y recursos de atracción al destino</b> |                      |              |              |                  |
|--|----------------------|--------------|--------------|------------------|
| <b>Indicador</b>                                   | <b>SATISFACTORIO</b> | <b>n=200</b> | <b>VALOR</b> | <b>DIMENSION</b> |
| Clima  | 156                  | 200          | 0.78         |                  |
| Paisaje  | 160                  | 200          | 0.80         |                  |
| Acceso costero                                     | 156                  | 200          | 0.78         |                  |
| Proximidad a áreas naturales                       | 130                  | 200          | 0.65         |                  |
| Cuidado del medio ambiente                         | 81                   | 200          | 0.41         | <b>D1</b>        |
| Eventos culturales                                 | 178                  | 200          | 0.89         |                  |
| Lugares de interés cultural                        | 152                  | 200          | 0.75         |                  |
| Gastronomía local                                  | 118                  | 200          | 0.59         |                  |
| Hospitalidad de la gente                           | 171                  | 200          | 0.85         |                  |
| Precios de bienes raíces                           | 89                   | 200          | 0.45         |                  |
|  |                      |              | <b>0.69</b>  |                  |
| <b>Factores y recursos de soporte</b>              |                      |              |              |                  |
| <b>Indicador</b>                                   | <b>SATISFACTORIO</b> | <b>n=200</b> | <b>VALOR</b> | <b>DIMENSION</b> |
| Aeropuerto internacional                           | 175                  | 200          | 0.88         |                  |
| Vías carreteras                                    | 84                   | 200          | 0.42         |                  |
| Accesibilidad aérea                                | 91                   | 200          | 0.46         |                  |
| Marinas  | 75                   | 200          | 0.38         |                  |
| Campos de golf                                     | 70                   | 200          | 0.35         | <b>D2</b>        |
| Servicios de sector salud                          | 148                  | 200          | 0.74         |                  |
| Agencias de viajes                                 | 26                   | 200          | 0.13         |                  |
| Transporte público                                 | 118                  | 200          | 0.59         |                  |
| Accesibilidad a Minusválidos                       | 44                   | 200          | 0.22         |                  |
| Proveedores de servicios turísticos                | 59                   | 200          | 0.30         |                  |
| Oficinas bancarias y                               | 149                  | 200          | 0.75         |                  |



|  |                      |              |              |                  |
|--|----------------------|--------------|--------------|------------------|
| cajeros  |                      |              |              |                  |
| Compañías transnacionales                              | 42                   | 200          | 0.21         |                  |
|  |                      |              | <b>0.45</b>  |                  |
| <b>Dirección del destino</b>                           |                      |              |              |                  |
| <b>indicador</b>                                       | <b>SATISFACTORIO</b> | <b>n=200</b> | <b>VALOR</b> | <b>DIMENSION</b> |
| Marketing del destino                                  | 111                  | 200          | 0.55         |                  |
| Calidad del servicio medico                            | 148                  | 200          | 0.74         |                  |
| Calidad de bares y<br>Restaurantes                     | 163                  | 200          | 0.81         |                  |
| Calidad del transporte<br>publico                      | 81                   | 200          | 0.40         | D3               |
| Limpieza del destino                                   | 56                   | 200          | 0.28         |                  |
| Comunidades extranjeras                                | 72                   | 200          | 0.36         |                  |
| Oficinas de información<br>turística                   | 29                   | 200          | 0.14         |                  |
|  |                      |              | <b>0.46</b>  |                  |
| <b>Política Planificación y desarrollo del destino</b> |                      |              |              |                  |
| <b>indicador</b>                                       | <b>SATISFACTORIO</b> | <b>n=200</b> | <b>VALOR</b> | <b>DIMENSION</b> |
| Organización del destino                               | 33                   | 200          | 0.16         |                  |
| Análisis competitivo<br>internacional                  | 11                   | 200          | 0.05         |                  |
| Colaboración entre<br>agentes del turismo              | 47                   | 200          | 0.23         | D4               |
| Monitoreo del turismo                                  | 14                   | 200          |              |                  |
| Inversión en<br>Infraestructura turística              | 125                  | 200          | 0.62         |                  |
| Capacitación del recurso<br>humano                     | 140                  |              | 0.70         |                  |
|  |                      |              | <b>0.35</b>  |                  |
| <b>Determinantes limitadores y amplificadores</b>      |                      |              |              |                  |
| <b>indicador</b>                                       | <b>SATISFACTORIO</b> | <b>n=200</b> | <b>VALOR</b> | <b>DIMENSION</b> |
| Proximidad del destino                                 | 148                  | 200          | 0.74         |                  |

|                             |     |     |             |           |
|-----------------------------|-----|-----|-------------|-----------|
| Seguridad del destino       | 166 | 200 | 0.83        |           |
| Costo beneficio del destino | 178 | 200 | 0.89        | <b>D5</b> |
| Prestigio del destino       | 64  | 200 | 0.32        |           |
|                             |     |     | <b>0.70</b> |           |

Fuente: elaboración propia con base en resultados

En lo que respecta a los "determinantes limitadores y amplificadores" D5 que otorgan un grado aceptable de satisfacción, coinciden con algunos factores que en principio son sustanciales al elegir al puerto de Mazatlán como destino residencial. En este caso, el costo beneficio que otorga el destino obtuvo una valoración de 0.89, la seguridad del destino 0.83 y la proximidad del destino 0.74 resultando satisfactorios para los actores de esta dinámica turística

Entre "Los factores y recursos de atracción D1", se identifica que del grupo de indicadores planteados en esta dimensión, en su mayoría fueron evaluados satisfactoriamente por los turistas residenciales estadounidenses en Mazatlán. El grupo de *items* con valoraciones favorables integran cuestiones que a su vez, son determinantes en la elección del destino; en lo social destaca la hospitalidad de la gente con ponderación 0.85; los eventos culturales y lugares de interés cultural obtuvieron 0.89 y 0.75 respectivamente; las cuestiones del medio ambiente natural también se consideran satisfactorias; el paisaje del destino obtuvo 0.80, el clima 0.78, el acceso costero 0.78, y la proximidad con áreas naturales 0.65.

A su vez, se da lectura a cuestiones que resultaron evaluadas fuera de la ponderación 0.60 que contempla el estudio, y que se consideran factores que

deben atender y/o mejorar los destinos. En este caso, la gastronomía local, los precios de bienes inmuebles y el cuidado al medio ambiente resultaron poco satisfactorios.

En referencia a los resultados de la dimensión "dirección del destino D3", la calidad de los servicios es considerada como satisfactoria, en tal caso, la calidad del servicio médico, así como la de bares y restaurantes resultaron con ponderaciones de 0.74 y 0.81 respectivamente. No obstante, hay cuestiones que resultan poco satisfactorias desde la óptica de los turistas residenciales de origen estadounidense, tales como el marketing del destino en el extranjero, la calidad del transporte público, la limpieza del destino y la falta de una oficina de información turística.

Entre los "factores y recursos de soporte" D2 que se consideran satisfactorios para el turista residencial de origen estadounidense encontramos el aeropuerto internacional con ponderación 0.88, los servicios del sector salud 0.74, las oficinas bancarias y cajeros 0.75. No obstante, identificamos una serie de opiniones negativas acerca de algunos *ítems* que desde la óptica del turismo residencial estadounidense adolece el destino. Si bien el aeropuerto cumple con la satisfacción de los actores de la dinámica turística residencial, se señala la escasa conectividad aérea del destino. Otra de las opiniones en cuestión de conectividad, es el mal estado de las vías carreteras que permiten el acceso al destino desde el norte, eso para el caso de los turistas residenciales que arriban al puerto en sus vehículos particulares *Rvs* o *Motor Homes*, además de las cuotas excesivas que

se establecen. Igualmente el acceso a minusválidos en diversos puntos del destino y el transporte público fueron cuestiones mal evaluadas.

Finalmente, la dimensión referente a la política de planeación y desarrollo del destino D4, concentró la mayor cantidad de elementos que resultan poco satisfactorios para el turista residencial de origen estadounidense en Mazatlán. En ese sentido el único elemento valorado por encima de 0.60 fue la inversión en infraestructura turística, sin embargo las cuestiones relacionadas con la organización, gestión y planeación del destino resultaron mal evaluadas.

#### **5.6-Ventajas comparativas y competitivas de Mazatlán ante el turismo residencial estadounidense**

En atención al último de los objetivos planteados en esta tesis, que versa en "identificar las ventajas comparativas y competitivas del puerto de Mazatlán ante el mercado de turismo residencial", y a partir de los resultados analizados anteriormente respecto a los factores que inciden en la decisión del destino residencial, y su satisfacción dentro del mismo, a continuación se presenta un análisis de las ventajas comparativas y competitivas que presenta el puerto ante este segmento de mercado específico.

En principio, es importante señalar que a partir del análisis de resultados, se identifica que del grupo de 18 indicadores que se consideraron determinantes en la decisión del turista residencial en su elección por Mazatlán, 15 resultaron

otorgar un grado de satisfacción aceptable a los actores de esta dinámica turística al interior del destino. No obstante, se identifican las ventajas comparativas consideradas por Ritchie y Crouch (2000) como los factores de los que está dotado el destino turístico, sean estos factores los que ocurren de forma natural y aquellos que han sido creados, como las que en un principio influyen en la dinámica turística residencial de los estadounidenses en Mazatlán.

### **5.6.1 Ventajas comparativas**

Para el análisis de la competitividad de destinos turísticos basada en la teoría de ventajas comparativas, hay que señalar que, para un destino, las dotaciones factoriales, fundamentalmente los recursos naturales, se consideran una fuente de atractores fundamentales, de forma que aquellos destinos que dispongan de una mejor dotación de los factores utilizados de manera más intensa en la actividad turística serán más competitivos. Sin embargo resulta fundamental considerar factores endógenos y exógenos que afectan la competitividad de los destinos sostenidos sobre este enfoque.

En este contexto, y a partir de la propuesta de Vera (1997) sobre el agrupamiento de las ventajas comparativas de los destinos, para el puerto de Mazatlán, se identifican factores espaciales<sup>30</sup> fundamentales para el

---

<sup>30</sup>Hacen referencia a la distancia física existente entre los núcleos emisores y receptores. No obstante, esta distancia física se entiende en términos distancia/tiempo y distancia/coste, pues su valor relativo, y por tanto su importancia, va cambiando en función de las posibilidades técnicas de la realización de los viajes y de su coste monetario

posicionamiento competitivo del destino ante el mercado de turismo residencial de origen estadounidense. La ubicación geográfica de Mazatlán en la costa occidental de México y su proximidad con respecto a los estados emisores de turismo residencial, representa una ventaja para los residentes del oeste de Estados Unidos, por lo que los vuelos son más baratos que los de destinos competidores del Caribe (Brady, 2005). Sin embargo, debido a las mejoras tecnológicas en los medios de transporte que hacen disminuir las distancias tanto en términos de coste/tiempo, este tipo de ventaja comparativa puede verse afectada por factores exógenos, como el precio del petróleo o devaluaciones de la moneda que afectarían la competitividad del destino.

El puerto de Mazatlán cuenta con factores ambientales<sup>31</sup> aprovechables para competir turísticamente en el mercado de turismo residencial estadounidense. En ese sentido, el clima se configura como uno de los principales elementos motivadores en la elección del destino y satisfactores al interior del mismo. Tal y como lo señala la teoría de los desplazamientos de los adultos mayores (Femke, 2008; Raya Mellado, 2001; Kallan, 1993; y Mkcenany, 2010) representa una de las variables explicativas fundamentales de la elección del destino residencial. Cabe señalar que una de las características de la movilidad residencial es que la practican principalmente personas jubiladas, quienes provienen de los lugares de climas fríos en busca de áreas climáticas templadas.

---

<sup>31</sup> Estos factores hacen referencia a las condiciones o atributos que tanto cuantitativa como cualitativamente conforman el espacio geográfico. Estos atributos pueden clasificarse en dos grupos: 1) los naturales (clima, flora, fauna, abundancia de agua); y 2) los culturales (patrimonio y costumbres heredadas de nuestros antepasados).

Para el caso de Mazatlán, el clima se configura como una ventaja comparativa ya que la temperatura promedio anual de 25° resulta un factor determinante en el desplazamiento de los estadounidenses, principalmente durante el tránsito de la época invernal en sus países.

El acceso costero o la posibilidad de vivir en cercanía a las costas, resulta un factor de atracción y satisfacción importante para el turismo residencial de origen estadounidense. De acuerdo con Lizárraga (2012), hay adultos mayores quienes seleccionan destinos cercanos a las urbes, en tanto que otros prefieren la montaña y otros más eligen los lugares cercanos a las playas. Respecto a la posibilidad de disfrutar el acceso costero, uno de nuestros informantes nos aportó lo siguiente.

*"Me encanta Mazatlán por la idea de sus playas, el agua es templada todo el tiempo, disfruto mucho caminar a la orilla del mar, el paisaje es increíble, a bordo de mi bote puedo apreciar algunos lobos marinos, delfines, ballenas, marlín y pez vela, además de las islas, y puedo disfrutar momentos muy relajantes como en un paraíso, me gusta la tranquilidad de las aguas durante un buen día de pesca".*

El paisaje y la proximidad a áreas naturales es otra de las ventajas comparativas de Mazatlán si se retoma la idea de generación del turismo residencial como una etapa subsecuente a la del turismo convencional y si se consideran las visitas previas que permiten al turista otorgarle el valor idílico al

destino. Así, el paisaje y el contacto con la naturaleza se vuelven factores determinantes en el imaginario de muchos estadounidenses que, una vez jubilados, buscan recrear esas memorias que les provoca el destino.

En cuanto al ámbito cultural, se identificó que los turistas residenciales de origen estadounidenses gustan por asistir a obras de teatro, conciertos de música clásica, ópera, galerías de pintura, museos e incluso fiestas que forman parte de la cultura mazateca, como es el caso del carnaval. Además, la hospitalidad de la gente es otro de los aspectos de la cultura local que se consideran en el proceso de la elección del destino residencial (Rodríguez, Fernández-Mayoralas y Rojo, 1998). Los informantes identifican a la gente mazateca como personas alegres y hospitalarias. En este sentido, las visitas previas permiten establecer lazos de amistad e incluso matrimoniales entre turistas residenciales de origen estadounidense y gente del puerto (Lizárraga 2012). Uno de los informantes comentó algunas particularidades sobre sus experiencias y convivencias con personas mazatecas.

*"Desde mis primeras visitas en Mazatlán, descubrí muchas cosas que me sorprendieron: lo pintoresco del puerto, poder ir del centro histórico a la playa en una caminata agradable en cuestión de minutos, el estilo de vida relajado, una de las cosas que siempre recuerdo es lo amigable de la gente por ayudar a encontrar las direcciones, o como ir entre calles, con señas e incluso caminando unas calles para orientarnos, o bien cuando vamos a algún restaurant o bar siempre están con una sonrisa, definitivamente lo que más me gusta de aquí es la gente, los mazatecos, todos son muy atentos".*



### **5.6.2-Ventajas competitivas.**

En el análisis de las ventajas competitivas relacionadas con la habilidad y capacidad que tiene el destino turístico para utilizar sus recursos de forma eficiente a medio y largo plazo (Ritchie y Crouch 2000), se destacan aquellas que se consideraron relevantes en la dinámica turística residencial, sin embargo, se identifican una serie de opiniones que versan en la inconformidad de la gestión del destino, y la posibilidad de mejora en ciertas ventajas competitivas de la oferta turística del mismo. De acuerdo con Orta (2005), en apego al progreso del enfoque de competitividad de destinos turísticos, ya no solo es importante competir en el enfoque tradicional basado en los recursos del destino, sino que resulta fundamental la capacidad de los gestores del mismo para agregar valor a un producto o servicio igualmente comercializado en otros destinos competidores.

La seguridad del destino se potencia como una de las ventajas competitivas del puerto respecto al mercado de turismo residencial. En este sentido se identificó que las cuestiones de narcoviolencia en la frontera entre Estados Unidos y México son un tema que se considera importante por los actores de la dinámica turística que estudiamos, sin embargo, las visitas previas y el contacto constante con amistades en Mazatlán, hace cambiar algunas ideas adoptadas por las publicaciones de los medios de comunicación en Estados Unidos. Sobre esta cuestión, un informante comentó lo siguiente:

*Normalmente en Estados Unidos hay una mala imagen de México por los migrantes en Estados Unidos, constantemente se habla de la delincuencia que ocasionan, y sobre México por lo que sucede con los carteles del narcotráfico (Sinaloa). Muchas personas normalmente no conocen algunos sitios aquí en (México), prefieren estar en Estados Unidos en el área del "Sunbelt"<sup>32</sup> durante el invierno. En nuestro caso tenemos más de 15 años visitando Mazatlán por temporadas (5 meses al año) y nunca hemos tenido algún problema de violencia o robo en la ciudad, al contrario, pensamos que la gente aquí es muy hospitalaria, pero sí hemos leído en notas algunas cuestiones de violencia que hemos tenido la fortuna de no presenciar. En nuestro caso tenemos muchos amigos aquí: estadounidenses, canadienses y mazatlecos, la comunicación y tranquilidad que nos transmitimos nos permite volver cada año sin temor.*

La oferta de servicios bancarios es de gran importancia para el segmento de turismo residencial estadounidense, la disponibilidad de cajeros y oficinas bancarias se traduce en la posibilidad de manejar menores recursos en efectivo y por consiguiente el sentimiento de mayor seguridad durante sus estancias, sobre todo al considerar su prolongada permanencia. Por otro lado, otorga facilidad para recibir y enviar periódicamente ingresos entre México y Estados Unidos. Cabe recordar que las personas que son jubiladas en Estados Unidos reciben un apoyo de seguridad social mensual, por lo que el personal bilingüe de las instituciones

---

<sup>32</sup> El Cinturón del Sol o *Sunbelt* es una región de Estados Unidos que se extiende desde la costa atlántica del Sureste hasta la costa pacífica del Suroeste. Esto incluye los estados Arizona, California, Florida, Nevada, Nuevo México, Texas, Georgia, y Carolina del Sur.

bancarias que les gestione el acceso a sus recursos, también es una de las cuestiones valoradas por los turistas residenciales de origen estadounidense.

Costo beneficio. En este sentido, los estadounidenses con residencia en Mazatlán, evalúan considerablemente el costo beneficio que les otorga el destino; una vez que el tipo de cambio de moneda les favorece, se traduce en una mejor calidad de vida, y el alcance de diversas amenidades y servicios que en su país no podrían disfrutar; en este sentido, el tipo de cambio se potencia como una ventaja competitiva, una vez que disfrutan de servicios médicos de buena calidad a menor coste, se les otorga la posibilidad de adquirir una propiedad cercana a la costa y sus hábitos de consumo diarios se ven modificados por lo accesible de los precios en el destino. Una de las características particulares del Turismo residencial, es la posibilidad que otorgan los destinos para adquirir propiedades, en este caso, el costo-beneficio es un factor determinante de atracción mientras que en Mazatlán los precios de los bienes raíces cercanos a la zona de costa oscila entre los 100,000 y 250,000 USD una propiedad con estas características en Estados Unidos, supera los 500,000 USD.

Aeropuerto internacional. En cuestión de conectividad, los turistas residenciales de origen estadounidense, consideran importante la existencia de un aeropuerto internacional cercano al destino receptor. Mazatlán es uno de los 58 destinos en México que ofrece este beneficio. En un estudio desarrollado por SECTUR sobre turismo de retiro, se señala la oferta de infraestructura aeroportuaria como una ventaja competitiva para el desarrollo de este segmento,

ya que del total de turistas retirados estadounidenses, considerado como el principal mercado internacional, el 73.9% arriban vía aérea y un 26.1% vía terrestre (SECTUR, 2008). No obstante la existencia del aeropuerto internacional, se obtuvieron diversas opiniones respecto a la escasa conectividad que tiene el puerto, en comparación con algunos destinos emisores de turismo residencial de Estados Unidos.

Transporte público. La oferta de los servicios de transporte al interior de los destinos turísticos -taxis, minibuses y autobuses- resulta relevante para el desplazamiento de los turistas residenciales de origen estadounidense. Sin embargo, a partir de una mala evaluación del servicio y de diversas quejas al respecto, se identifica la internación de vehículos particulares provenientes de Estados Unidos. El gobierno mexicano brinda facilidades al estadounidense para el ingreso de sus casas rodantes o autos compactos; aquel que decida traer su automóvil solo tiene que cubrir un impuesto en la frontera de alrededor de quinientos pesos mexicanos. Una informante, turista residencial de origen estadounidense, comenta que trajo consigo su automóvil durante su segunda visita al puerto (hace 6 años) y para ello solo cubrió un pago único de impuesto en la frontera por la cantidad antes mencionada.

Colaboración entre agentes de turismo del destino. De acuerdo a la teoría del destino competitivo, la colaboración entre agentes involucrados dentro de este proceso resulta fundamental para el entorno competitivo del destino. A su vez, este sistema proporciona los elementos básicos para desarrollar la experiencia

turística, destacando: los recursos turísticos, restauración, transportes, comercios, equipamientos públicos. No obstante, para el caso de Mazatlán, se tiene una mala percepción acerca de la colaboración entre los agentes involucrados en la actividad turística del destino, algunos particulares a atender se centran en la problemática de los transportistas, y las tarifas excesivas que establecen los taxistas hacia los turistas. Otras inconformidades mencionadas son la desregulación en torno a la cantidad de contaminantes y desechos de la planta termoeléctrica ubicada en la salida Sur del puerto, y los servicios públicos, en particular la cuestión del desagüe pluvial, que en temporadas de lluvia se congestiona generando inundaciones en las diversas áreas de la ciudad, incluida la turística.

Respecto a la infraestructura turística, los turistas residenciales de origen estadounidense, buscan destinos que les otorguen facilidades durante sus estancias, por medio de un aeropuerto internacional, autobuses, taxis, redes carreteras, y servicios básicos como agua potable, electricidad, telefonía, internet y servicios de salud. Es importante señalar que para cada uno de los elementos relacionados con la infraestructura turística, se presentan índices bajos de satisfacción, haciéndose evidente el desaprovecho de tarifas excesivas, escasez y mala calidad de servicios públicos. Otro de los elementos considerados por los turistas residenciales de origen estadounidense, es el apoyo del destino por medio de oficinas de información turística. El puerto de Mazatlán, cuenta con módulos en diversos puntos principalmente del centro histórico de la ciudad, sin embargo,

carece de una oficina establecida en la que se otorgue información turística dirigida al extranjero.

Finalmente, otro factor de atracción importante para el turismo residencial de los estadounidenses en Mazatlán, es el acceso a los servicios de salud, por la disparidad en los costos que tiene este servicio con relación a Estados Unidos. En este sentido, el gobierno mexicano da apertura a los estadounidenses al seguro social (IMSS). En un acercamiento a esta institución, se obtuvo información sobre los trámites que deben llevar a cabo los residentes estadounidenses para obtener este beneficio médico.

Concerniente al rango de edad, las personas de entre 46 y 59 años deben cubrir un pago anual de \$2,307.30, mientras que las personas de 60 años o más deben pagar anualmente \$3,472. Ambas cantidades son en moneda nacional mexicana. Además de cubrir el ese pago, deben presentar 2 fotografías tamaño infantil, en la forma FM3 y un comprobante de domicilio, para poder otorgarles el gafete que los acredita como miembros del seguro social mexicano. También deben pasar por una valoración médica, ya que personas que padezcan enfermedades como cáncer, sida o diabetes no son sujetos de este beneficio.

El sector médico privado también se configura como una ventaja competitiva, ya que otorga beneficios a los actores de la dinámica turística que abordamos. Durante una entrevista con la encargada de los pacientes extranjeros del hospital Sharp, comenta que los estadounidenses que llegan pidiendo atención

médica tienen la opción de adquirir una tarjeta de descuentos "*SHARP Card*". Con ella gozan de 30% de descuento en renta de cuartos y 15% de descuento en servicios de laboratorio, de rayos X, en chequeos médicos y en consulta de urgencias. La tarjeta es personalizada e incluye la foto del paciente, su nombre completo, tipo de sangre, registro de alergias y la leyenda "en caso de accidente llevarme solamente a Hospital Sharp". La tarjeta tiene un costo de 280 pesos más IVA y tiene una vigencia de dos años. Esta persona nos comenta que alrededor de 700 tarjetas "*SHARP Card*" han sido adquiridas por parte de los estadounidenses desde 2009, año en que inició este sistema.

## CONCLUSIONES

Con base en la revisión de la literatura, la propuesta metodológica y el trabajo empírico que se realizó en esta investigación, con el objetivo de "Determinar los factores que inciden en la competitividad de un destino de sol y playa en el mercado del turismo residencial", en los siguientes párrafos se presentan las conclusiones a partir de cuatro direcciones:

- Las derivadas del análisis teórico en referencia a las dos variables establecidas en la problemática de estudio, esto es, sobre la competitividad de destinos turísticos y turismo residencial.
- Las relacionadas con el aspecto metodológico del estudio, así como la propuesta del modelo teórico conceptual de competitividad de destinos turísticos ante el mercado de turismo residencial.
- Las conclusiones derivadas de los objetivos que se plantearon en esta tesis, atendidos a partir del trabajo empírico.
- Finalmente, se enuncian posibles tendencias futuras y las cuestiones derivadas del estudio que pueden ser tema de otras investigaciones.

La competitividad ha sido estudiada principalmente desde dos perspectivas; microeconómica y macroeconómica, es decir, en el sector organizacional o de las naciones, sin embargo, se ha comprobado su aplicación al sector servicios, en este caso al turismo. A partir de la revisión y análisis teórico, se puede afirmar que



la competitividad es un concepto multifacético, aplicable a un amplísimo rango de entes y por lo tanto también a destinos turísticos.

La competitividad de un destino turístico se relaciona con la capacidad gestionar los recursos, así como el potencial para producir bienes o servicios capaces de competir exitosamente en un mercado en competencia directa con otros destinos en mejores condiciones que sus rivales. Por tanto, la competitividad de un destino dependerá de su habilidad para maximizar sus características dadas por los recursos que posee, conformados en ventajas comparativas, a su vez, potenciarlos en ventajas competitivas, es decir, darle un valor añadido a los atributos del destino, lo que permitirá otorgarle una diferenciación y competir en el mercado global.

En la competitividad de un destino turístico intervienen diversos factores, ya sean de carácter tangibles o intangibles, por lo tanto, se deben considerar como importantes un gran número de elementos o indicadores, mismos que pueden ser considerados de carácter objetivo o subjetivo. Otra de las cuestiones a destacar en la evaluación de la competitividad de los destinos turísticos, es su abordaje a partir de dos perspectivas: la de la oferta y la de la demanda. De esa manera, el conocimiento de las características particulares, así como las necesidades de los turistas, permitirá una mejor planificación de los destinos turísticos, además de ser útil para saber qué influencias positivas deben reforzarse y qué influencias negativas deberán contrarrestarse mediante las técnicas de comunicación y mercadotecnia.

En el desarrollo de metodologías y modelos para evaluar la competitividad de destinos, en principio, se vuelve esencial el conocimiento de las características particulares del destino, así como las particularidades de los diversos segmentos de mercado que aloja y con base en ello establecer indicadores que permitan evaluar e identificar las ventajas comparativas del destino, así, como potenciarlas en ventajas competitivas. Así, la capacidad de una nación para competir en el mercado de turismo internacional estará determinada por la identificación de las características de los diversos mercados que acogen sus destinos turísticos y la integración de una oferta turística acorde a sus necesidades, y su satisfacción.

Se identifica al fenómeno de turismo residencial como un fenómeno relacionado con las nuevas formas de movilidad, residencialidad y ocio, propias de la posmodernidad tardía y de la globalización, protagonizada principalmente por jubilados procedentes de sociedades opulentas. A menudo se trata de personas de origen europeo o norteamericano que se desplazan hacia 'el sur' en busca de un estilo de vida más relajado, menor costo de vida, mejor clima. Son personas que, una vez finalizado su ciclo productivo, buscan nuevos asentamientos en climas cálidos y benignos para poder disfrutar una mejor calidad en su vida cotidiana.

El tema de turismo residencial presenta características que resultan complicadas dilucidar entre los conceptos de turismo y migración. Es decir, en la búsqueda de conceptualizar la dinámica de las personas que residen durante

periodos de tiempo más o menos prolongados en viviendas emplazadas en áreas turísticas o en sus zonas de influencia, movidos por razones que tienen más que ver con la búsqueda de un lugar para disfrute del ocio, que con la realización de una actividad económica, han de ser consideradas inmigrantes o turistas residenciales. Es por eso que se han emprendido estudios que han aportado diversas conceptualizaciones sobre esta dinámica en la que participan personas adultas mayores (migración de retiro, migraciones placenteras, *lifestyle migration*). Es importante destacar que, de acuerdo al contexto geográfico, se identifican similitudes y diferencias en la dinámica de adultos mayores que han determinado su conceptualización como turistas o migrantes.

El modelo teórico conceptual que se propone para la competitividad de destinos turísticos ante el mercado de turismo residencial está basado en el modelo de Calgary (Ritchie y Crouch 2000), el cual presenta una estructura teórica-conceptual que permite abordar la evaluación de la competitividad de destinos desde dos perspectivas: en primer lugar la de los factores que determinan la selección del destino, ya que se considera que la competitividad turística ante un segmento de mercado específico estará determinada en principio por la llegada de turistas, como se establece en la medición de *ranking* de llegadas publicado por OMT. Y en segunda instancia se evalúa la satisfacción a partir de las experiencias *in situ*, ya que las experiencias satisfactorias resultan fundamentales para repetidas visitas e incluso funcionan como marketing de boca en boca, lo que se traduce en índices de competitividad en los mercados turísticos internacionales. El Modelo contempla cinco dimensiones que integran cuestiones

relacionadas con la competitividad del destino, ya sean dadas o creadas. Para cada una de las dimensiones se establecieron indicadores subjetivos con el fin de ser evaluados cualitativamente por el segmento de mercado al que se aboca el estudio –turismo residencial- para destacar las ventajas comparativas y competitivas del destino.

A partir de la valoración empírica del modelo se identifica que no todos los indicadores utilizados, son determinantes al momento de ser evaluados por los estadounidenses asentados temporalmente en Mazatlán. Así, se identifican algunos elementos que lograron una valoración alta respecto a la elección del destino y a la satisfacción otorgada. No obstante, se considera la desagregación e inserción de nuevos indicadores a partir de los resultados obtenidos.

Respecto a las consideraciones de los resultados, en el análisis del segmento específico que abordó la presente tesis, al que se denomina turismo residencial, podemos concluir que en este fenómeno turístico intervienen personas en su mayoría adultas mayores, pertenecientes a la generación del *baby boomer* –nacidos entre 1946 y 1964- quienes iniciaron su jubilación a partir del año 2008 en Estados Unidos. Para el caso de la población objeto de estudio en el puerto de Mazatlán, se identificó la edad promedio de los turistas residenciales de origen estadounidense en 63 años de edad; no obstante, es necesario mencionar que existen dos grupos que presentan menor y mayor edad a la de un *boomer*, y a su vez difieren en su accionar turístico dentro del destino, los primeros con estancias cortas y los de edad avanzada con estancias mayormente prolongadas. En este

sentido, se propone diferenciar en próximas investigaciones a los protagonistas de este fenómeno. Se llamarán turistas residenciales a quienes tienen estancias temporales en los destinos, es decir, se desplazan para el disfrute de vacaciones un tanto prolongadas; y por otro lado se debe identificar a aquellos ciudadanos que permanecen semipermanentemente caracterizando sus estancias y su accionar dentro del destino.

El fenómeno de turismo residencial de los estadounidenses encuentra su explicación en la combinación de diversos factores: demográficos, sociales, económicos, culturales, climáticos y geográficos, que en su conjunto crean escenarios atractivos para que sus actores en busca de una mejor calidad de vida, en comparación con su lugar de origen, cambien de residencia de manera temporal durante la época invernal en sus países. En este orden de ideas, el envejecimiento y las jubilaciones masivas que permean a cerca del 30% de la población estadounidense, así como el nivel de ingresos de este grupo de personas que se ve reducido en un 30%, resultan factores de empuje para tomar la decisión en su accionar turístico residencial hacia Mazatlán. A su vez, se identifican atractivos y amenidades del destino que funcionan como factores de atracción en la dinámica residencial de los estadounidenses, en este sentido, las experiencias previas en el destino y los lazos de amistad establecidos *in situ*, funcionan como las cuestiones que en principio intervienen en la decisión del viaje residencial, así como la elección del lugar.

En relación con las visitas previas de los turistas residenciales de origen estadounidense hacia Mazatlán, se identifican tres etapas en su accionar turístico en el destino, la primera se relaciona con la actividad turística convencional, es decir, estancias cortas con alojamiento reglado (hoteles); la segunda se relaciona con dinámicas de *snowbirds* concepto que cobra relación con las aves migratorias que escapan del frío durante la época invernal. Este fenómeno se aprecia en Mazatlán a través de las caravanas de casas rodantes que llegaban a aparcarse en diversos puntos del puerto donde encontraban las amenidades requeridas para establecerse por periodos no mayores a seis meses. Finalmente, se identifica al fenómeno residencial como una etapa subsecuente a las antes mencionadas, en la que intervienen cuestiones sociales importantes, como la vejez y el cansancio, que hacen repensar la posibilidad de adquisición de una vivienda para estancias prolongadas en el destino, cumpliendo con un accionar turístico.

La teoría de *push and pull*, es decir factores de empuje y atracción, nos permitió establecer los factores que inciden en la decisión de los estadounidenses por Mazatlán como destino residencial. Se encontraron 18 indicadores relacionados con lo redituable que les resulta evaluar el costo-beneficio, la posibilidad de adquirir una propiedad, el acceso a servicios médicos a menor coste, así como cuestiones climáticas y culturales endémicas, que en conjunto inciden en los desplazamientos de los turistas residenciales de origen estadounidense hacia Mazatlán.

Por otro lado, de acuerdo a la evaluación empírica del modelo de competitividad para el mercado de turismo residencial en Mazatlán, se identificó una relación entre los factores que en principio son considerados como motivadores o atractores al destino, y entre los factores que otorgan un grado de satisfacción aceptable al interior del mismo. Respecto a los determinantes de competitividad de Mazatlán como destino residencial, sobresalen los factores conformados en las ventajas comparativas del destino, mientras que en el caso de las ventajas competitivas, si bien hay aspectos que destacan, como el acceso a servicios médicos de calidad y la calidad de los servicios en general, existen diversas opiniones negativas entre la sinergia de los agentes involucrados en turismo. Por lo tanto, para el caso de la gestión de Mazatlán como destino turístico, se debe considerar un involucramiento integral entre agentes que permita potenciar las ventajas comparativas en ventajas competitivas, para el posicionamiento competitivo del destino.

#### **Futuras investigaciones:**

1. Se considera que el modelo teórico conceptual establecido en este estudio permite dar abordaje a la competitividad de destinos turísticos de sol y playa, a partir de la reorientación de los indicadores agrupados para cada una de las dimensiones y con base en el conocimiento de las características particulares del segmento de turismo específico. Es decir, a partir del conocimiento de un destino específico y las particularidades del segmento de mercado que se desea analizar, el modelo teórico conceptual

puede derivar futuras investigaciones en el campo del turismo e incluso puede ser de utilidad en análisis comparativos de competitividad.

2. Con base en el análisis del segmento de turismo residencial, se identifica que para el caso de Mazatlán, existe un mercado con características particulares a la de los estadounidenses con residencia en el puerto: los residentes de origen canadiense; se trata de personas adultas mayores que si bien guardan similitudes en la apariencia física respecto a los estadounidenses, se dicen distintos socialmente y en su accionar turístico al interior del destino.
  
3. En la dinámica residencial de los estadounidenses en Mazatlán se identifican ciertas características homogéneas respecto a sus lugares de procedencia, estrato social, edad y accionar turístico al interior del destino. No obstante, en algunos casos difieren en sus estancias, cortas, permanentes o semipermanentes en el destino, por lo que se considera apropiado indagar en una tipología de las personas adultas mayores que habitualmente se perciben como turistas en los distintos destinos del país.



## REFERENCIAS

- ABELLÁN, Antonio (1993) La decisión de emigrar en las personas de edad, Estudios Geográficos. Disponible en: [http://digital.csic.es/bitstream/10261/25454/1/SAD\\_IEGD\\_Abellan\\_Estudios%20Geograficos54%28210%29.pdf](http://digital.csic.es/bitstream/10261/25454/1/SAD_IEGD_Abellan_Estudios%20Geograficos54%28210%29.pdf). Consultado el 1 de mayo de 2014.
- ACERENZA, Miguel (2002). Promoción Turística. Editorial Trillas. México.
- ACERENZA, Miguel (2009). Competitividad de los Destinos Turísticos Ed. Trillas.
- AGUILAR, Héctor y Jorge Castañeda (2009). Un futuro para México, Ed. Punto de Lectura, 4ª reimpr., México
- ALEDO, Antonio (2008). *From the land to ground: the transformation of the landscape and the residential tourism*. ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura CLXXXIV 729 enero-febrero (2008) 99-113. Disponible en: [arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/download/164/164](http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/download/164/164). Consultado el 18 de noviembre de 2014.
- ALEDO, Antonio (2012). Un marco de investigación para la internacionalización del turismo residencial: espacio, conflicto y poder departamento de sociología universidad de alicante. En Cooperación y turismo: intenciones y olvidos Experiencias de investigación a debate. Disponible en: [http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/25883/1/2012\\_Aledo\\_Cooperacion\\_y\\_turismo.pdf](http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/25883/1/2012_Aledo_Cooperacion_y_turismo.pdf). Consultado el 12 de noviembre de 2014.
- ALEDO, Antonio y Tomas Mazón (2005). La insostenibilidad del turismo residencial, Universidad de Alicante España. Ed. Plaza y Valdés, pp. 185-208

- ALEDO, Antonio, Tomas Mazón y Alejandro Mantecón (2007). La insostenibilidad del turismo residencial. Universidad de Alicante, España.
- AMAR (2009). El efecto gray Tsunami: 5 millones de baby boomers... un nuevo nicho para el mercado mexicano. Asociación Mexicana de Asistencia en el Retiro A.C. Disponible en: <http://topmanagement.com.mx/el-efecto-gray-tsunami-5-millones-de-baby-boomers-un-nuevo-nicho-para-el-mercado-mexicano/>. Disponible en 15 de noviembre de 2014.
- ANGULO, Eleazar (2011) "Política fiscal y estrategia como factor de desarrollo de la mediana empresa comercial sinaloense. Un estudio de caso". Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Sinaloa. Disponible en: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/indice.htm>. Consultado el 13 de julio de 2014.
- ARRONES, Francisco (1979). España en venta: compra de suelo por extranjeros y colonización de campesinos en la costa del sol. Editores: Madrid: Ayuso, España.
- BAMBERGER, Michael (2012) "introducción a los métodos mixtos de evaluación de impactos" *The Rockefeller Foundation*. Disponible en: [http://www.interaction.org/sites/default/files/3%20-%20Mixed%20Methods%20in%20Impact%20Evaluation%20\(SPANISH\).pdf](http://www.interaction.org/sites/default/files/3%20-%20Mixed%20Methods%20in%20Impact%20Evaluation%20(SPANISH).pdf). Consultado el 17 de febrero de 2014.
- BARROSO, María y David Flores (2006). La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico Cuadernos de Turismo, núm. 17, enero-junio, 2006, pp. 7-24 Universidad de Murcia, España. Disponible en:

<http://www.redalyc.org/pdf/398/39801701.pdf>. Consultado el 19 de mayo de 2013.

BAS, María (2014) Estrategias metodológicas para la construcción de indicadores compuestos en la gestión universitaria Ed. Universitat Politècnica de Valencia.

BBVA (2007). Situación inmobiliaria, México 2007. Servicio de estudios económicos del grupo BBVA. Disponible en: [https://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/0709\\_SituacionInmobiliariaMexico\\_12\\_tcm346-178871.pdf](https://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/0709_SituacionInmobiliariaMexico_12_tcm346-178871.pdf). Consultado el 14 de marzo del 2013.

BBVA (2012). Situación inmobiliaria de México, 2012. Servicio de estudios económicos del grupo BBVA... Disponible en: [https://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/1207\\_SituacionInmobiliariaMexico\\_Jul12\\_tcm346-348280.pdf?ts=27112012](https://www.bbvaresearch.com/KETD/fbin/mult/1207_SituacionInmobiliariaMexico_Jul12_tcm346-348280.pdf?ts=27112012). Consultado el 14 de marzo del 2013.

BEERLI, Asunción y Josefa Martín (2004). Factores que influyen en la imagen de los destinos. *Annals of tourism research en español*, ISSN 1575-443X, Vol. 6, Nº. 2, 2004, págs. 357-384

BENSON, Michaela y Karen O'Reilly (2009). *Migration and the search for a better way of life: a critical exploration of lifestyle migration*. *The Sociological Review*. Volume 57, Issue 4, pages 608–625, November 2009.

BERUMEN, Sergio y Octavio Palacios, (2009). Competitividad, clusters e innovación. Edit. Trillas, México.

BOSCH, Ramón (1998), Turismo y medio ambiente. Colección Ceura-Economía. Editorial Universitaria Ramón Areces, España.

- BOTE, Lorenzo (2004). Planificación económica del turismo. Edit. Trillas, México.
- BRIONES, Guillermo (2012). Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales. Editorial Trillas, México.
- CEBALLOS, Héctor (1998). Ecoturismo: Naturaleza y Desarrollo Sostenible. Edit. Diana, México.
- CHAVARRÍA, Hugo, Patricia Rojas y Sergio Sepúlveda (2002), Competitividad: cadenas agroalimentarias y territorios rurales elementos conceptuales. Disponible en: <http://www.territorioscentroamericanos.org/experiencias/Documentos%20sobre%20desarrollo%20territorial/Competitividad%20y%20cadenas%20agroalimentarias.pdf>. Consultado el 16 de octubre de 2014.
- COPPOCK, John. (1977) 'Second homes curse or blessing, Ed. Oxford: Pergamon. U.S.A.
- CROUCH, Geoffrey y Brent Ritchie, (1999). "Tourism, competitiveness and societal prosperity". *Journal of Business Research*, nº 44, pp. 137-152.
- CROUCH, Geoffrey y Brent Ritchie (1999). 'Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity', *Journal of Business Research*, 44(3): 137-152.
- CUBA, Lee (1991) 'Models of Migration Decision Making Reexamined: The Destination Search of Older Migrants to Cape Cod', *The Gerontologist*. 1991 Apr; 31(2):204-9
- DELGADO, Juan y Juan Gutiérrez (1997) Métodos y técnicas de investigación cualitativas en ciencias sociales. Revista andaluza de relaciones laborales no. 3. Disponible en:

<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/2343/b13768761.pdf?sequence=1>. Consultado el 16 de septiembre de 2014.

Desarrollo Económico Sinaloa (2012). Canadá contempla invertir en Sinaloa. Disponible en: <http://www.desarrolloeconomicosinaloa.com/noticia.php?id=154> consultado el 19 de junio de 2013.

DIEGUEZ, Isabel, Ana Gueimonde, Ana Sinde y Lidia Blanco (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. CULTUR, revista de cultura y turismo, año 05 - nº 02 - Ago/2011 Disponible en: [http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano5-edicao2/artigo\\_7.pdf](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano5-edicao2/artigo_7.pdf). Consultado el 26 de octubre de 2013.

DWYER, Larry y Kim Chulwon (2003). "Destination competitiveness: a model and determinants". *Current Issues in Tourism*, Disponible en: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/demanda%20turistica/DESTINATION%20COMPETITIVENESS%20A%20MODEL%20AND%20DETERMINANTS.PDF>, consultado el 22 de noviembre de 2013.

EJARQUE, Josep (2005) Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing. Editorial Pirámide.

ENRIGHT, Michael, and James Newton (2004). "Tourism destination competitiveness: a quantitative approach." *Tourism Management*, 25: 777-788.

- ENRIGHT, Michael, and James Newton (2005). "Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and Universality." *Journal of Travel Research*, 43: 339-350.
- FEMKE, Van Noorlos (2013) El turismo residencial: ¿Acaparamiento de tierras? Un proceso fragmentado de cambio socio-espacial, desplazamiento y exclusión. Disponible en: <http://www.albasud.org/publi/docs/60.pdf>. Consultado el 08 de enero de 2014.
- GACETA Parlamentaria (2013). Gaceta Parlamentaria. Año XVI Palacio Legislativo de San Lázaro, martes 23 de abril de 2013 Número 3755, anexo IV. Cámara de Diputados LXII Legislatura. Disponible en: <http://gaceta.diputados.gob.mx/PDF/62/2013/abr/20130423-IV.pdf>, consultado el 1 de diciembre de 2013.
- GARAU, Jaume (2006). "Propuesta de dos índices para la mediación de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda", *XV Simposio Internacional de turismo y ocio*, ESADE-Fira Barcelona, 3 de mayo de 2006.
- GOMEZ, Luis (2008) Adoptan extranjeros a Mazatlán. Disponible en: <http://www.noroeste.com.mx/publicaciones.php?id=353414>. Consultado el 17 de marzo de 2014.
- GONZÁLEZ, Rodrigo y Martín Mendieta (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos Cuadernos de Turismo, núm. 23, enero-junio, 2009, pp. 111-128 Universidad de Murcia, España. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39811874006>. Consultado el 18 de agosto de 2013.

- GRECA, Ileana y Marco Moreira (1998). Modelos mentales, modelos conceptuales y modelización. *Cad.Cat.Ens.Fis.*, v. 15, n. 2: p. 107-120, ago. 1998. Disponible en: <http://www.fsc.ufsc.br/cbef/port/15-2/artpdf/a1.pdf>, consultado el 2 de diciembre de 2013.
- HALL, Charles (2007) *Mazatlán is Paradise*. Edit. Universe inc.
- HASSAN, Salah (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable.. *Journal Of Travel Research*, 38(3), 239.
- HECKSCHER, Eli (1919). The effect of foreign trade on the distribution of income. *Ekonomisk Tidskrift*, 497–512. Traducido como capítulo 13 en *American Economic Association, Readings in the Theory of International Trade*, Philadelphia: Blakiston, 1949, 272–300.
- HELPMAN, Elhanan y Paul Krugman, (1985) *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*. *Journal of Economic Literature*, vol. 24, No. 2 (Jun., 1986), pp. 713-715
- HERNANDEZ, Roberto, Carlos Fernández y Pilar Baptista (2003) *Metodología de la Investigación*, tercera edición, ed. Mac Graw Hill.
- HERNANDEZ, Roberto, Carlos Fernández y Pilar Baptista (2010) *Metodología de la Investigación*, quinta edición, ed. Mac Graw Hill.
- HIERNAUX, Daniel (2005). La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso Mexicano. *Cd de México. Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Universidad de Barcelona.Vol. IX, núm. 194 (05), 1 de agosto de 2005.
- HIERNAUX, Daniel (2010). *Las segundas residencias en México: Un balance*, Edit. Plaza y Valdez.

- HUESO, Andrés y Josep Cascant (2012) Metodología y técnicas cuantitativas de investigación. Cuadernos docentes en procesos de desarrollo no. 1. Editorial Universidad Politécnica de Valencia.
- HUETE, Raquel (2008). Tendencias del turismo residencial: El caso del mediterráneo Español. El Periplo Sustentable. No. 14. Disponible en: [http://www.uaemex.mx/plin/psus/periplo14/articulo\\_04.pdf](http://www.uaemex.mx/plin/psus/periplo14/articulo_04.pdf), consultado el 23 de noviembre de 2012.
- IMCO (2013) Índice de Competitividad Internacional 2013. Instituto Mexicano para la competitividad. Disponible en: <http://imco.org.mx/indices/indice-de-competitividad-internacional-2013-3/>. Consultado el 04 de abril de 2014.
- JACQUEMIN, Alexis, Fernando Maravall, Francisco Javier Aubareda Jiménez, y Pere Escorsa. (1982). Economía industrial, estructuras de mercado y estrategias europeas de empresa. Barcelona. Hispano Europea.
- JIMÉNEZ, Alfonso (1992). Turismo: Estructura y Desarrollo. México. MacGrawHill.
- JIMÉNEZ, Alfonso y Priscilla Sosa (2010). El turismo de segundas residencias en Cancún y la Riviera Maya: una visión panorámica de su evolución al inicio del milenio en Hiernaux, Daniel (2010) Las segundas residencias en México: Un balance. Edit. Plaza y Valdez INM, 2010).
- JIMENEZ, Paulino, y Fulvia Aquino (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. Estudios y perspectivas turísticas. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, v. 21, n. 4, agosto 2012 . Disponible en [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322012000400010&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000400010&lng=es&nrm=iso). Consultado el 09 de octubre de 2012.



- KALLAN, John. (1993). A Multilevel Analysis of Elderly Migration. *Social Science Quarterly* (University Of Texas Press), 74(2), 403-416. King et al., 1998)
- KIM, Chulwon, Choi Stewart Moore, Larry Dwyer, Bill Faulkner, Robert Mellor y Zelko Livaic (2001). *Destination competitiveness: development of a model with application to Australia and the Republic of Korea*. Ministry of Culture and Tourism, Korea Tourism Research Institute (Republic of Korea); Department of Industry, Science and Resources, CRC for Sustainable Tourism, Australia-Korea Foundation (Australia).
- KIY. Richard y Anne McEnany, (2010). "U.S. Retirement trends in Mexican Coastal Communities, lifestyle priorities and demographics" *International Community Foundation*. Disponible en: [http://www.icfdn.org/publications/retireereseach/RETIRE\\_REPORT\\_COAST\\_2010.pdf](http://www.icfdn.org/publications/retireereseach/RETIRE_REPORT_COAST_2010.pdf). Consultado el 19 de octubre de 2012.
- LIZÁRRAGA, Omar (2011). Proceso y efectos de la transmigración placida de origen estadounidense a México. Estudio comparativo de Mazatlán y Cabo San Lucas, Baja California Sur, UAS.
- MADRID, Francisco (2012). Diagnóstico y oportunidades del turismo en México. Serie el futuro del turismo: un futuro para México. Editorial LIMUSA.
- MAGNUS, George (2011). La era del envejecimiento. Cómo la demografía está transformando la economía global y nuestro mundo. Editorial Océano.
- MARA, Rosana y Giovanni Varzin (2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *RAC, Curitiba*, v. 12, n. 3, p. 789-809, Jul./Set. 2008. Disponible en: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n3/09.pdf>. Consultado el 17 de abril de 2014.

- MAZÓN, Tomas, Raquel Huete y Alejandro Mantecón (2009). Turismo, Urbanización y estilos de vida: las nuevas formas de movilidad residencial. Disponible en: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/23560>, consultado el 23 de abril de 2013.
- MEDINA, Clara (2001) Paradigmas de la investigación entre lo cualitativo y lo cuantitativo. Red de revistas Científicas de América Latina. Universidad Militar Nueva Granada, Colombia.
- MEXICO BUYER'S GUIDE (2007). *Understanding México Real State*. Disponible en: <http://www.plazadelmarbeachfront.com/files/MBG%20V2.pdf>. Consultado el 17 de marzo de 2014.
- METLIFE (2007) *American Baby boomers. Demographic profile. Mature Market Institute*. Disponible en: [www.metlife.com/assets/.../mmi-studies-boomer-profile-2007.pdf](http://www.metlife.com/assets/.../mmi-studies-boomer-profile-2007.pdf). [2010, 10 de marzo].
- MONFORT, Vicente (1999). Competitividad y factores críticos de éxito de los destinos turísticos mediterráneos: Benidorm y Peñíscola. Disponible en: [http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/01593418768924896320035/002619\\_4.pdf](http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/01593418768924896320035/002619_4.pdf) consultado el 12 de noviembre de 2013.
- MONREAL, Juan (2001) Un nuevo mercado turístico: jubilados europeos en la región de Murcia. Ediciones de la Universidad de Murcia.
- MONTAUDON, Ricardo (2008). *Baby boomers/ generation X: el poder de la inversión*. Ponencia en Expo Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística (EMIIT). Group RCI.

- MOUTINHO, Luiz (1987) "Consumer behaviour in tourism", *European Journal of Marketing*, 1987 21:10, 5-44.
- NAVA, Miriam (2013). *Innovación en el territorio y capacidad competitiva de los destinos turísticos, redes y capital territorial en Mazatlán*. Editorial Universidad Autónoma de Sinaloa.
- O'REILLY, Karen (2001). *Blackpool in the sun: Images of the British of the Costa del Sol*. En King, Russell y Nancy Woods (eds.). *Media and Migration: Constructions of Mobility and Difference*. . Routledge. 173-188.
- O'REILLY, Karen (2007). *Emerging tourism futures: residential tourism and its implications*. en Geoffroy, Christine. y Richard Shibley (eds.) *Going Abroad. Travel, Tourism and Migration. Cross-Cultural Perspectives on Mobility*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing. Disponible en: [https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/bitstream/2134/6117/1/Ukaren's\\_documentspapersGeoffroy%5B1%5D.pdf](https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/bitstream/2134/6117/1/Ukaren's_documentspapersGeoffroy%5B1%5D.pdf). Consultado el 26 de febrero de 2014.
- OCDE (1996). *'Industrial Competitiveness: Benchmarking Business Environments In The Global Economy'*. Editado por Organization for Economic Cooperation and Development.
- OHLIN, Bertil. (1933). *Interregional and International Trade*. *Political Science Quarterly*, vol. 49, no. 1. Pp. 126-128
- OMT (2008). *Introducción al Turismo*. Ed. Organización Mundial del Turismo, Disponible en: [http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion\\_al\\_turismo.pdf](http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion_al_turismo.pdf), consultado el 14 de febrero de 2013.

- OOM, Patricia, Joao Silva, Julio Mendez, Manuela Guerreiro (2006) Tourist Satisfaction and Destination Loyalty intention: A Structural and Categorical Analysis. *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, Volume 1, Issue 1, 2006. Disponible en: [http://www.business-and-management.org/download.php?file=2006/1\\_1--25-44--Oom\\_do\\_Valle,Silva,Mendes,Guerreiro.pdf](http://www.business-and-management.org/download.php?file=2006/1_1--25-44--Oom_do_Valle,Silva,Mendes,Guerreiro.pdf). Consultado el 14 de febrero de 2013.
- OTERO, Gerardo, Salim, León y Carbajal, Rocio (2006). *Competitividad: marco conceptual y análisis sectorial para la provincia de Buenos Aires* (p. 97). Buenos Aires: Ministerio de Economía y Gobierno de la Provincia de Buenos Aires – Cuadernos de economía. Disponible en: <http://www.ec.gba.gov.ar/prensa/Archivos/Cuaderno74.pdf>. Consultado el 14 de noviembre de 2013.
- PALMA, Mónica (2006). *De tierras extrañas. Un estudio sobre la inmigración en México 1950-1990*. Editorial: CNCA-INAH
- PARRA, María (2005). *Fundamentos epistemológicos, metodológicos y teóricos que sustentan un modelo de investigación cualitativa en las ciencias sociales*. Tesis doctoral, Universidad de Chile, Santiago, Chile. Disponible en: [http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2005/parra\\_m/sources/parra\\_m.pdf](http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2005/parra_m/sources/parra_m.pdf). Consultado el 03 de marzo de 2013.
- PEARCE, Donald y Richard Butler (2010). *Tourism Research, a 20-20 vision*. Edit. Goodfellow Publishers

- PEREZ, Rodrigo (2015) David Ricardo Principios de economía política y tributación(1817). Disponible en: <http://www.polikracia.com/david-ricardo-principios-de-economia-politica-y-tributacion-1817/>. Consultado el 25 de febrero de 2015.
- PLAN AVANTE (2005). Plan Avante 2005. Grupo Chias. Disponible en: [http://codesin.mx/wp-content/uploads/2014/09/plan\\_avante1.pdf](http://codesin.mx/wp-content/uploads/2014/09/plan_avante1.pdf). Consultado el 11 de enero de 2013.
- PNDPST (2013). Plan nacional de desarrollo 2013-2018, programa sectorial de turismo. Disponible en: [file:///C:/Users/Ana%20Virginia/Downloads/programa\\_turismo.pdf](file:///C:/Users/Ana%20Virginia/Downloads/programa_turismo.pdf). Consultado el 18 de agosto de 2015.
- PORTER, Michael (1990) *"The Competitive Advantage of Nations"*. The Free Press.
- PROMEXICO (2008). Oportunidad de negocios residencias turísticas. Disponible en: [http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/122/1/images/residencias\\_turisticas.pdf](http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/122/1/images/residencias_turisticas.pdf), consultado el 23 de enero de 2013.
- QUINTERO, Pola, Camila Bernal y Héctor López (2005). La competitividad turística de Cartagena de Indias: análisis del destino y posicionamiento en el mercado. Serie de estudios sobre la competitividad de Cartagena no. 4. Disponible en: [http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/201/4\\_-\\_La\\_competitividad\\_turistica.pdf](http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/201/4_-_La_competitividad_turistica.pdf). Consultado el 12 de noviembre de 2013.
- RAMÍREZ, Irma y Maribel Osorio, (2006). Turismo residencial: imaginarios y desarrollo local en el Estado de México. Universidad Autónoma del Estado de México.

- RAMÓN, Ana y José Perles (2007) Determinantes de las ventajas competitivas de los destinos residenciales españoles. Disponible en: [http://www.academia.edu/9407185/Determinantes\\_de\\_las\\_ventajas\\_competitivas\\_de\\_los\\_destinos\\_residenciales\\_espa%C3%B1oles](http://www.academia.edu/9407185/Determinantes_de_las_ventajas_competitivas_de_los_destinos_residenciales_espa%C3%B1oles). Consultado el 28 de mayo de 2014.
- RAYA, Pedro (2001) Turismo residencial en Andalucía. Boletín económico de Andalucía, ISSN 0212-6621, N° 17, 1994, págs. 21-31. Disponible en: <http://www.econlinks.uma.es/Libros/TR/Cap6.pdf>. Consultado el 19 de mayo de 2013.
- RITCHIE, Brent y Geoffrey Crouch (2000). "The Competitive Destination. A Sustainable perspective". *Tourism Management*, 21:1-7.
- RITCHIE, Brent y Geoffrey Crouch. (2003). *The Competitive Destination. A Sustainable tourism perspective*. CABI Publishing, UK.
- RITCHIE, Brent, Geoffrey Crouch y Simon Hudson (2000). "Developing operational measures for the components of a destination competitiveness/sustainability model: consumer versus managerial perspectives", en Rhodri, Thomas (2003) *Small Firms in Tourism: International Perspectives (Advances in Tourism Research)* Ed. Elsevier (pp. 99–113).
- ROCHE, Joseph(2005). En *Turismo, Urbanización y estilos de vida: las nuevas formas de movilidad residencial*, pp. 37-66.
- RODRÍGUEZ, Marco Antonio (2010). "Métodos de Investigación. Diseño de proyectos y desarrollo de tesis en ciencias administrativas, organizacionales y sociales". Universidad Autónoma de Sinaloa.

- RODRÍGUEZ, Vicente (2002). Los residentes europeos mayores en España: repercusiones socioeconómicas y territoriales. *Revista El Campo de las Ciencias y las Artes*, 123-148
- RODRÍGUEZ, Vicente (2004). Turismo residencial y migración de jubilados. Instituto de Economía y Geografía. Consejo Superior de Investigación Científica. España. Disponible en: <http://digital.csic.es/bitstream/10261/11072/1/me0511.pdf>. Consultado el 19 de mayo de 2013.
- RODRÍGUEZ, Vicente, Fernández-Mayoralas, Gloria y Rojo, Fermina (2004) "International Retirement Migration: Retired Europeans Living on the Costa Del Sol, Spain. Disponible en: [http://www.researchgate.net/publication/236770613\\_International\\_Retirement\\_Migration\\_Retired\\_Europeans\\_Living\\_on\\_the\\_Costa\\_Del\\_Sol\\_Spain](http://www.researchgate.net/publication/236770613_International_Retirement_Migration_Retired_Europeans_Living_on_the_Costa_Del_Sol_Spain). Consultado el 19 de mayo de 2013.
- ROSEMAN, Curtis C. (1983) A framework for the study of migration destination
- SALVA, Pere (2005). Procesos, pautas y tendencias del turismo residencial en las Islas Baleares, ¿inmigrantes de lujo o turistas de larga estancia?, en Mazón, T. y Aledo, A. (Eds.) *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. Aguaclara. Alicante, pp. 281-302
- SÁNCHEZ Marcelino y Miguel Fajardo (2004). La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeño\*. I Jornadas de Economía del Turismo. Actas de las Jornadas, pp. 53-78
- SANCHO Pérez, A. et al (1998): *Introducción al turismo*, OMT, Madrid

- SANZ, Silvia (2007). Imagen global e intenciones futuras de comportamiento del turista de segunda residencia. Universidad de Valencia, España. Disponible en: <file:///C:/Users/Ana%20Virginia/Downloads/Dialnet-ImagenGlobalEIntencionesFuturasDeComportamientoDel-2726969.pdf>. Consultado el 09 de marzo de 2014.
- SCHWAB y WEF (2015). The Global Competitiveness Report 2015–2016. SCHWAB, Klaus y el World Economic Forum Disponible en: [http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global\\_Competitiveness\\_Report\\_2015-2016.pdf](http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf). Consultado el 23 de agosto de 2015.
- SECTUR (1986). Estadísticas Básicas de la Actividad Turística. México: Secretaría de turismo.
- SECTUR (2005). El turismo de segunda residencias en México. Subsecretaria de Planeación Turística. Coordinación de la Unidad Técnica de Evaluación.
- SECTUR (2013). Quinto informe de labores. Secretaria de Turismo. Disponible en [http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/1410/1/images/Quinto\\_Informe\\_Labores\\_SECTUR.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/1410/1/images/Quinto_Informe_Labores_SECTUR.pdf), consultado el 17 de marzo de 2013.
- SIIMT (2013). Situación del sector turístico 2012. Sistema Integral de información de Mercados Turísticos. Disponible en: [http://www.siimt.com/work/sites/siimt/resources/LocalContent/2014/44/Situacion\\_Sector\\_Jul13.pdf](http://www.siimt.com/work/sites/siimt/resources/LocalContent/2014/44/Situacion_Sector_Jul13.pdf), consultado el 18 de julio de 2013.



- SIIMT (2015). Situación del sector turístico. 2014 y avances 2015. Disponible en: [http://www.siimt.com/work/models/siimt/Resource/42c9de1d-eff2-4944-870a-3eb05d159482/Situacion\\_Sector\\_May15.pdf](http://www.siimt.com/work/models/siimt/Resource/42c9de1d-eff2-4944-870a-3eb05d159482/Situacion_Sector_May15.pdf). Consultado el 18 de agosto de 2015.
- SSA (2009) Sistema de Seguridad Social. Disponible en: en <http://www.ssa.gov/>
- SSA (2011) Departamento de seguridad social de los Estados Unidos. En [www.ssa.gov](http://www.ssa.gov) consultada en octubre de 2011
- TAMAYO, Mario (2011) El proceso de investigación científica. Quinta edición, Ed. Limusa.
- TAYLOR, Steve y Robert Bogdan (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Ed. Paidós, segunda edición.
- TORRES, Enrique (2003). El turismo residenciado y sus efectos en los destinos Estudios turísticos. No. 155-156 pp. 45-70. Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-155-156-2003-pag45-70-90150.pdf>. Consultado el 17 de junio de 2014.
- U. S. Census Bureau (2011). Age and Sex Composition: 2010. Data finders. Disponible en: <http://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-03.pdf>. Consultado el 02 de Marzo de 2013.
- U. S. Department of state (2014) U.S. Relations with Mexico. Disponible en: <http://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/35749.htm>. Consultado el 15 de julio de 2014.
- UNTWO (2011). Tourism Anual report, 2011. Disponible en: [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/annual\\_report\\_2011.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/annual_report_2011.pdf), consultado el 12 de septiembre de 2013.

- UNTWO (2012). Tourism Anual report, 2012. Disponible en: [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/annual\\_report\\_2012.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/annual_report_2012.pdf), consultado el 12 de septiembre de 2013.
- UNTWO (2013). Panorama Mundial 2013. Ed. Organización Mundial del Turismo, Disponible en: <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition>, consultado el 11 de julio de 2013.
- UNWTO (2015). Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2015. Organización Mundial del Turismo. Disponible en: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>. Consultado el 23 de agosto de 2015.
- WAHEEDUZZAN, Abu y John Ryans (1996). Definition, perspectives, and understanding of international competitiveness: a quest for a common ground. *Competitiveness Review an International Business Journal incorporating Journal of Global Competitiveness* 12/1996; 6(2):7-26.
- WEF (2013). The Global Competitiveness Report 2013–2014. World Economic Fórum. Disponible en: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2013-14.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf), consultado el 17 de noviembre de 2013.
- WEF (2015). The Travel & Tourism Competitiveness Report. World Economic Forum. Disponible en: [http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF\\_Global\\_Travel&Tourism\\_Report\\_2015.pdf](http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf). Consultado el 23 de agosto de 2015.
- WISEMAN, Robert (1980). Why older people move: Theoretical issues. *Research on Aging* 06/1980; 2(2):141-154.

WTTC (2013). The Travel and Tourism competitiveness report 2013. World economic forum. Disponible en: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf) consultado el 12 de septiembre de 2013.

WTTC (2015). Economic Impact of Travel & Tourism: 2015 Annual Update - Summary. World Travel Tourism Council. Disponible en: [http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/economic%20impact%202015%20summary\\_web.pdf](http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/economic%20impact%202015%20summary_web.pdf). Consultado el 23 de agosto de 2015.

## **ANEXO I**

### **GUION DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA**

- 1.-Before your decision to stay in Mazatlán temporarily, had you visited the port as a tourist?
- 2.-Could you describe your first visits to Mazatlán?
- 3.-In the process of deciding on Mazatlán as a residential destination, which elements of the city did you considered as important?
- 4.-What is your opinion of the local people and your relationship with them?
- 5.-What is your perception of security in the destination?
- 6.-Which services do you consider important for your stay in Mazatlán?
- 7.-What is your opinion of the organization, agents involved in tourism and decisions of the politics?
- 8.-How do you qualify public services of the city?
- 9.-What kind of issues do you consider that affect tourism in Mazatlán?

**ANEXO II**



**UNIVERSIDAD DE OCCIDENTE UNIDAD MAZATLÁN**

**DOCTORADO EN GESTION DEL TURISMO**

I kindly request you to fill out this survey, as I am a student of a PhD. in Tourism Management from the Universidad de Occidente in Mazatlán. I appreciate your help. The questionnaire will make approximately 5 minutes to complete. The information provided will be strictly confidential.

1.-Age: \_\_\_\_\_

2.-Sex: \_\_\_\_\_

3.-Place of origin (city and state) \_\_\_\_\_

4.-How long have you visiting Mazatlán?

a) 1 to 3 years      b) 4 to 7 years      c) 8 to 11 years      d) 12 years or more

5. -How long you stay in Mazatlán?

a) 1 to 3 months      b) 4 to 6 months      c) 7 to 12 months      d) more than 12

6. - In the following table, please evaluate the importance of each of the elements to decide to travel to Mazatlán and your satisfaction above you experience during your stay in Mazatlán.

|     |         | Importance of the elements to travel to Mazatlán. |              |                | Satisfaction above your experience on each item in Mazatlán. |              |           |
|-----|---------|---|--------------|----------------|--|--------------|-----------|
|     |         | 1<br>Not important                                | 2<br>Neutral | 3<br>Important | 1<br>Bad   | 2<br>Regular | 3<br>Good |
| 1.- | Weather |   |              |                |  |              |           |

|      |  |  |  |  |  |  |  |
|------|--|--|--|--|--|--|--|
| 2.-  | Landscape                                  |  |  |  |  |  |  |
| 3.-  | Coastal Access                             |  |  |  |  |  |  |
| 4.-  | Natural areas proximity                    |  |  |  |  |  |  |
| 5.-  | Environmental care                         |  |  |  |  |  |  |
| 6.-  | Cultural events                            |  |  |  |  |  |  |
| 7.-  | Places of historical and cultural interest |  |  |  |  |  |  |
| 8.-  | Local cuisine                              |  |  |  |  |  |  |
| 9.-  | Bars and restaurants quality               |  |  |  |  |  |  |
| 10.- | Golf courses                               |  |  |  |  |  |  |
| 11.- | Museums                                    |  |  |  |  |  |  |
| 12.- | Real state prices                          |  |  |  |  |  |  |
| 13.- | International airport                      |  |  |  |  |  |  |
| 14.- | Road networks                              |  |  |  |  |  |  |
| 15.- | Flight availability                        |  |  |  |  |  |  |
| 16.- | Marines or nautic club                     |  |  |  |  |  |  |
| 17.- | Hospitality of the people                  |  |  |  |  |  |  |
| 18.- | Cleaning of destination                    |  |  |  |  |  |  |
| 19.- | Health care services                       |  |  |  |  |  |  |
| 20.- | Foreign communities                        |  |  |  |  |  |  |
| 21.- | Travel agencies                            |  |  |  |  |  |  |
| 22.- | Public transport                           |  |  |  |  |  |  |
| 23.- | Disabled access                            |  |  |  |  |  |  |
| 24.- | Touristic service providers                |  |  |  |  |  |  |
| 25.- | Bank offices and ATM                       |  |  |  |  |  |  |
| 26.- | International companies                    |  |  |  |  |  |  |
| 27.- | Quality bars and restaurants               |  |  |  |  |  |  |

|      |  |  |  |  |  |  |  |
|------|--|--|--|--|--|--|--|
| 28.- | Tourist Information Offices                |  |  |  |  |  |  |
| 29.- | Quality of medical service                 |  |  |  |  |  |  |
| 30.- | Quality of public transport                |  |  |  |  |  |  |
| 31.- | Cleaning of the destination                |  |  |  |  |  |  |
| 32.- | Foreign community                          |  |  |  |  |  |  |
| 33.- | Marketing of destination                   |  |  |  |  |  |  |
| 34.- | Organization of destination                |  |  |  |  |  |  |
| 35.- | Collaboration between tourism stakeholders |  |  |  |  |  |  |
| 36.- | Monitoring tourism                         |  |  |  |  |  |  |
| 37.- | Investment in tourism infrastructure       |  |  |  |  |  |  |
| 38.- | Human resource training                    |  |  |  |  |  |  |
| 39.- | Proximity of the destination               |  |  |  |  |  |  |
| 40.- | Destination safety                         |  |  |  |  |  |  |
| 41.- | Cost benefit of the destination            |  |  |  |  |  |  |
| 42.- | Prestige of the destination                |  |  |  |  |  |  |

Thank you !!

### ANEXO III

#### FACTORES DETERMINANTES DE ATRACCION AL DESTINO

| <b>D1. Factores y recursos de atracción al destino</b> |               |                 |                    |
|--|---------------|-----------------|--------------------|
| <b>Indicador</b>                                       | <b>n= 200</b> | <b>R= M. I</b>  | <b>Ponderación</b> |
| Clima  | 200           | 192             | 0.96               |
| Hospitalidad de la gente                               | 200           | 185             | 0.92               |
| Acceso costero   | 200           | 176             | 0.88               |
| Paisaje  | 200           | 146             | 0.73               |
| Lugares de interés cultural                            | 200           | 128             | 0.64               |
| Proximidad a áreas naturales                           | 200           | 123             | 0.61               |
| Cuidado del medio ambiente                             | 200           | 84              | 0.42               |
| Eventos culturales                                     | 200           | 114             | 0.57               |
| Gastronomía local                                      | 200           | 119             | 0.59               |
|  |               |                 |                    |
| Precios de bienes raíces                               | 200           | 72              | 0.36               |
|  |               |                 |                    |
|  |               | <b>Promedio</b> | <b>0.66</b>        |

| <b>D2. Factores y recursos de soporte</b> |               |                |                    |
|---|---------------|----------------|--------------------|
| <b>Indicador</b>                          | <b>n= 200</b> | <b>R= M. I</b> | <b>Ponderación</b> |
|   |               |                |                    |
| Oficinas bancarias y cajeros              | 200           | 156            | 0.78               |
| Aeropuerto internacional                  | 200           | 144            | 0.72               |
| Accesibilidad aérea                       | 200           | 145            | 0.72               |
| Servicios de sector salud                 | 200           | 121            | 0.61               |
| Transporte público                        | 200           | 145            | 0.72               |
| Accesibilidad a minusválidos              | 200           | 29             | 0.14               |



|                                     |     |     |             |
|-------------------------------------|-----|-----|-------------|
| Proveedores de servicios turísticos | 200 | 28  | 0.14        |
| Vías carreteras                     | 200 | 102 | 0.51        |
| Compañías transnacionales           | 200 | 22  | 0.11        |
| Agencias de viajes                  | 200 | 0   | 0           |
| Campos de golf                      | 200 | 69  | 0.34        |
| <b>Promedio</b>                     |     |     | <b>0.40</b> |

#### **D3. Dirección del destino**

| <b>Indicador</b>                  | <b>n= 200</b> | <b>R= M. I</b> | <b>Ponderación</b> |
|-----------------------------------|---------------|----------------|--------------------|
| Calidad de bares y restaurantes   | 200           | 126            | 0.63               |
| Oficinas de información turística | 200           | 125            | 0.62               |
| Calidad del servicio médico       | 200           | 120            | 0.60               |
| Calidad del transporte público    | 200           | 10             | 0.05               |
| Limpieza del destino              | 200           | 77             | 0.38               |
| Comunidades extranjeras           | 200           | 88             | 0.44               |
| Marketing del destino             | 200           | 25             | 0.12               |
| <b>Promedio</b>                   |               |                | <b>0.40</b>        |

#### **D4. Política de planeación y desarrollo del destino**

| <b>Indicador</b>                       | <b>n= 200</b> | <b>R= I</b> | <b>Ponderación</b> |
|--|---------------|-------------|--------------------|
| Organización del destino               | 200           | 124         | 0.62               |
| Análisis competitivo                   | 200           | 66          | 0.33               |
| Colaboración entre agentes del turismo | 200           | 137         | 0.68               |
| Monitoreo del turismo                  | 200           | 21          | 0.10               |
| Inversión en infraestructura turística | 200           | 131         | 0.65               |
| Capacitación del recurso humano        | 200           | 53          | 0.26               |
|  |               |             |                    |

|                 |             |
|-----------------|-------------|
| <b>Promedio</b> | <b>0.44</b> |
|-----------------|-------------|

| <b>D5. Determinantes limitadores y amplificadores</b> |               |                |                    |
|---|---------------|----------------|--------------------|
| <b>Indicador</b>                                      | <b>n= 200</b> | <b>R= M. I</b> | <b>Ponderación</b> |
| Seguridad del destino                                 | 200           | 180            | 0.90               |
| Costo beneficio del destino                           | 200           | 154            | 0.77               |
| Proximidad del destino                                | 200           | 128            | 0.64               |
| Prestigio del destino                                 | 200           | 34             | 0.17               |
| <b>Promedio</b>                                       |               |                | <b>0.62</b>        |

Fuente: elaboración propia con base en resultados

### ANEXO III

#### RESULTADOS DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA RESIDENCIAL EN MAZATLÁN

| <b>D1. Factores y recursos de atracción al destino</b> |               |                         |                    |
|--|---------------|-------------------------|--------------------|
| <b>Indicador</b>                                       | <b>n= 200</b> | <b>R= Satisfactorio</b> | <b>Ponderación</b> |
| Clima  | 200           | 156                     | 0.78               |
| Paisaje  | 200           | 160                     | 0.80               |
| Acceso costero   | 200           | 156                     | 0.78               |
| Proximidad a áreas naturales                           | 200           | 130                     | 0.65               |
| Cuidado del medio ambiente                             | 200           | 81                      | 0.40               |
| Eventos culturales                                     | 200           | 178                     | 0.89               |
| Lugares de interés cultural                            | 200           | 152                     | 0.76               |
| Gastronomía local                                      | 200           | 118                     | 0.59               |
| Hospitalidad de la gente                               | 200           | 171                     | 0.85               |
| Precios de bienes raíces                               | 200           | 89                      | 0.36               |
|  |               | <b>Promedio</b>         | <b>0.69</b>        |

| <b>D2. Factores y recursos de soporte</b> |               |                         |                    |
|---|---------------|-------------------------|--------------------|
| <b>Indicador</b>                          | <b>n= 200</b> | <b>R= Satisfactorio</b> | <b>Ponderación</b> |
| Aeropuerto internacional                  | 200           | 175                     | 0.88               |
| Vías carreteras                           | 200           | 84                      | 0.42               |
| Accesibilidad aérea                       | 200           | 91                      | 0.45               |
| Mareas                                    | 200           | 75                      | 0.37               |
| Campos de golf                            | 200           | 70                      | 0.35               |
| Servicios de sector salud                 | 200           | 148                     | 0.74               |

|                                     |     |     |             |
|-------------------------------------|-----|-----|-------------|
| Agencias de viajes                  | 200 | 26  | 0.13        |
| Transporte público                  | 200 | 118 | 0.59        |
| Accesibilidad a minusválidos        | 200 | 44  | 0.22        |
| Proveedores de servicios turísticos | 200 | 59  | 0.29        |
| Oficinas bancarias y cajeros        | 200 | 149 | 0.75        |
| Compañías transnacionales           | 200 | 42  | 0.21        |
| <b>Promedio</b>                     |     |     | <b>0.45</b> |

| <b>D3. Dirección del destino</b>  |               |                         |                    |
|-----------------------------------|---------------|-------------------------|--------------------|
| <b>Indicador</b>                  | <b>n= 200</b> | <b>R= Satisfactorio</b> | <b>Ponderación</b> |
| Marketing del destino             | 200           | 111                     | 0.55               |
| Calidad del servicio medico       | 200           | 148                     | 0.74               |
| Calidad de bares y restaurantes   | 200           | 163                     | 0.81               |
| Calidad del transporte publico    | 200           | 81                      | 0.40               |
| Limpieza del destino              | 200           | 56                      | 0.28               |
| Comunidades extranjeras           | 200           | 72                      | 0.36               |
| Oficinas de información turística | 200           | 29                      | 0.14               |
| <b>Promedio</b>                   |               |                         | <b>0.46</b>        |

| <b>D4. Política de planeación y desarrollo del destino</b> |               |                         |                    |
|--|---------------|-------------------------|--------------------|
| <b>Indicador</b>   | <b>n= 200</b> | <b>R= Satisfactorio</b> | <b>Ponderación</b> |
| Organización del destino                                   | 200           | 33                      | 0.16               |
| Análisis competitivo                                       | 200           | 11                      | 0.33               |
| Colaboración entre agentes del turismo                     | 200           | 47                      | 0.23               |
| Monitoreo del turismo                                      | 200           | 14                      | 0.10               |
| Inversión en infraestructura turística                     | 200           | 125                     | 0.65               |
| Capacitación del recurso humano                            | 200           | 140                     | 0.26               |

|                 |             |
|-----------------|-------------|
| <b>Promedio</b> | <b>0.35</b> |
|-----------------|-------------|

| <b>D5. Determinantes limitadores y amplificadores</b> |               |                         |                    |
|---|---------------|-------------------------|--------------------|
| <b>Indicador</b>                                      | <b>n= 200</b> | <b>R= Satisfactorio</b> | <b>Ponderación</b> |
| Proximidad del destino                                | 200           | 148                     | 0.74               |
| Seguridad del destino                                 | 200           | 166                     | 0.83               |
| Costo beneficio del destino                           | 200           | 178                     | 0.89               |
| Prestigio del destino                                 | 200           | 64                      | 0.32               |
| <b>Promedio</b>                                       |               |                         | <b>0.69</b>        |

Fuente: elaboración propia con base en resultados