

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NAYARIT**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE TURISMO**  
**MAESTRÍA EN CIENCIAS PARA EL**  
**DESARROLLO, SUSTENTABILIDAD Y TURISMO**



**“EVALUACIÓN DEL EMPLEO TURÍSTICO EN**  
**BUCERÍAS, NAYARIT”**

**TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN**  
**CIENCIAS PARA EL DESARROLLO, SUSTENTABILIDAD Y**  
**TURISMO**

**Presenta:**

**LIC. DEYSI JOCELIN CRUZ CERVANTES**

**Directora de Tesis:**

**DRA. KARLA SUSANA BARRÓN ARREOLA**

**Codirectora de Tesis:**

**DRA. CLAUDIA SUSANA GÓMEZ LÓPEZ**

**Tepic, Nayarit, Junio de 2016**

**“EVALUACIÓN DEL EMPLEO TURÍSTICO  
EN BUCERÍAS, NAYARIT”**

**DICTAMEN DE LA COMISIÓN REVISORA DE LA TESIS DENOMINADA “EVALUACIÓN DEL EMPLEO TURÍSTICO EN BUCERIAS, NAYARIT”, QUE PRESENTA PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN CIENCIAS PARA EL DESARROLLO, SUSTENTABILIDAD Y TURISMO LA C. DEYSI JOCELIN CRUZ CERVANTES.**

Tepic Nayarit, a 2 de junio de 2016.

**COORDINACIÓN DE LA MAESTRÍA EN CIENCIAS PARA EL DESARROLLO, SUSTENTABILIDAD Y TURISMO DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE TURISMO DE LA UAN:**

Los profesores que suscriben fueron designados conforme a lo estipulado en los Lineamientos Generales para la Operación de la Maestría en Ciencias para el Desarrollo, Sustentabilidad y Turismo para integrar la Comisión Revisora y emitir el dictamen de la tesis que para obtener el grado de Maestra en Ciencias para el Desarrollo, Sustentabilidad y Turismo presenta la **C. Deysi Jocelin Cruz Cervantes**.

Para la revisión de la tesis, los integrantes de la comisión consideraron los aspectos siguientes:

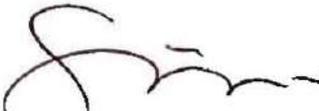
- a) Metodología del trabajo presentado
- b) Coherencia en la investigación realizada
- c) Claridad y precisión en el desarrollo de la temática
- d) Pertinencia de las fuentes de información utilizada
- e) Observancia de las pautas formales establecidas para la elaboración del documento.

Una vez realizado el análisis del documento los integrantes de la comisión emiten el dictamen de:

### **APROBADO**

En este sentido, la autora de la tesis arriba mencionada, puede continuar con los trámites establecidos por la Dirección de Administración Escolar para llegar a la etapa de presentación y defensa de la misma.

  
DRA. BERTHA ALICIA VILLASEÑOR PALACIOS  
REVISORA

  
DRA. SARAH RUTH MESSINA  
FERNÁNDEZ  
REVISORA

  
DR. JESUS ANTONIO MADERA PACHECO  
REVISOR

  
DRA. KARLA SUSANA BARRÓN ARREOLA  
DIRECTORA DE TESIS

## DEDICATORIA

Todo el esfuerzo que me tomó terminar esta investigación, lo dedico de manera especial a:

Con todo mi amor y cariño la dedico a mis papás Eda Columba Cervantes Real y Juan Miguel Cruz Vizcarra que con su amor, apoyo, ejemplo y comprensión, me dieron el valor y el coraje para enfrentarme a esta nueva etapa y cumplir con está meta con la frente en alto sintiéndome orgullosa de mi trabajo, gracias por creer en mí.

A mi princesa hermosa Kamila que con su amor y sonrisa me ayudó a no rendirme y me dio fortaleza para vencer los obstáculos que se me presentaron en el camino.

También, dedico este logro a mi amosh Ermar Hernández, que estuvo conmigo día a día, por su alegría, amistad, amor, apoyo, conocimiento, por estar presente en la lucha por mis ideales y mi libertad y por contagiarme de su fortaleza invencible.

Además dedico mi trabajo a mis guerreras Isabel Real, Palmira Cervantes, Mayra Cervantes, Sandra Cervantes, Edith Cervantes, Neyra Cervantes, Brisa Cervantes y Eda Columba, y también a Arturo Cervantes quienes siempre han estado en cada logro y tropiezo, gracias por su cariño, apoyo, por aconsejarme, por ayudarme a levantarme y seguir adelante, gracias por darme fortaleza, por creer en mí y por su agradable compañía.

Asimismo, dedico este logro a las personas que hoy ya no están conmigo, que se me adelantaron en el camino, especialmente a Jesús Esquivel<sup>1</sup> por ser mi ejemplo a seguir.

## AGRADECIMIENTOS

Mi infinito agradecimiento principalmente a mi directora de tesis la Dra. Karla S. Barrón Arreola, quien me brindo su tiempo y apoyo, y que con su orientación y conocimiento que ahora es parte de mi crecimiento académico puede concluir satisfactoriamente la Maestría en Ciencias para el Desarrollo, Sustentabilidad y Turismo en la Unidad Académica de Turismo de la Universidad Autónoma de Nayarit; de igual manera agradezco a la Dra. Claudia S. Gómez López por su soporte, atención y conocimiento que me compartió como codirectora de la presente tesis y que además me recibió estupendamente durante la estancia.

Agradezco al Lic. José Ángel González Rodríguez por sus palabras de aliento, enseñanza, confianza y apoyo durante esta travesía.

Asimismo, agradezco a la Mtra. Diana Araceli Flores, la Mtra. Lorena, el Profe. Rafael Gutierrez y la Mtra. Griselda Camacho quienes me impulsaron a participar como candidata al programa de la maestría.

Mi más sincero agradecimiento al Profe. Primitivo Navarro por su amistad, apoyo y confianza quien estuvo siempre presente durante esta nueva meta.

Además agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por otorgarme la beca que hizo posible recorrer el camino de mi formación como maestra en Ciencias para el Desarrollo, Sustentabilidad y Turismo.

Por último pero no menos importante, agradezco al Dr. Juan Meza por su amabilidad y disponibilidad que durante mi pequeña estancia en Tijuana me recibió y compartió su conocimiento y experiencias.

## **RESUMEN**

La presente tesis se centra en el análisis del impacto que tiene la actividad turística en la generación de empleos, el efecto de la especialización y productividad del empleo en las ramas características y conexas al turismo y las políticas públicas que impulsan a esta actividad. Para ello, se realizó una encuesta a establecimientos del sector turístico de Bucerías. Se encuentra la existencia de empleo informal en la localidad va incrementando en el periodo de diciembre a abril, definido como empleo no remunerado en empresas familiares, así como baja productividad asociada a una baja generación de valor agregado y al cierre de empresas durante temporada baja del turismo; cabe mencionar que, la especialización del empleo se encuentra en las ramas características del turismo. En este sentido los resultados sugieren la necesidad de apostar por actividades económicas que generan una mayor productividad en el país, así como diseñar políticas públicas que impulsen las Mipymes locales, base la estructura económica.

**Palabras clave: Turismo, Empleo y Productividad**

## **ABSTRACT**

This thesis focuses on the analysis of the impact of tourism on job creation, the effect of specialization and productivity of employment in the branches characteristics and related to tourism and public policies that drive this activity. To do this, a survey of establishments in the tourism sector Bucerías. It is the existence of informal employment in the area will increase in the period from December to April, defined as unpaid work in family businesses and low productivity associated with low added value generation and business closures during off-season tourism; it is noteworthy that, specialization of employment in tourism characteristic branches. In this sense, the results suggest the need to invest in economic activities that generate higher productivity in the country, as well as designing public policies that promote local MSMEs based economic structure.

**Keywords: Tourism, Employment and Productivity**

## ÍNDICE GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
Planteamiento del problema	4
Justificación	7
Objetivos	9
Hipótesis	9
<b>CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO</b>	
1.1 Desarrollo regional	11
1.2 Teorías de la localización, espacio geográfico y desarrollo regional	15
1.2.1 Modelo del trabajo excedentario de Arthur Lewis	20
1.2.2 Modelo del sector formal de Todaro	23
1.2.3 Teorías basadas en la competitividad de las áreas locales	25
1.3 Turismo como estrategia de desarrollo regional	28
1.3.1 Políticas públicas para impulsar el turismo	32
1.4 Turismo y empleo	37
1.4.1 Especialización y productividad del sector turístico	43
1.4.2 Las Mipymes en el turismo	48
<b>CAPÍTULO II. EL TURISMO EN BUCERÍAS, BAHÍA DE BANDERAS</b>	
2.1 Municipio de Bahía de Banderas	54
2.1.1 Población Económicamente Activa y Actividades Económicas	56
2.1.2 Turismo en el municipio	57
2.1.3 Infraestructura educativa	64
2.1.4 Orografía e Hidrografía	64
2.2 Localidad de Bucerías	64
2.2.1 Contexto socioeconómico	66
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA</b>	
3.1 Descripción general y cálculo del tamaño de la muestra.	67
3.2 Categoría económica: Variables e indicadores utilizados para el análisis	73
3.3 Instrumento	75
3.4 Correlación de las variables Ingresos y Trabajadores	76
3.5 Modelos Econométricos	78
3.5.1 Mínimos Cuadrados Ordinarios	78
3.5.2 Modelo Logístico Multinomial	80
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS: EL EMPLEO TURÍSTICO EN BUCERÍAS, BAHÍA DE BANDERAS</b>	
4.1 Empleo característico y conexo: características	83
4.2 Generación de empleo turístico.	95
4.3 Modelo 1- Empleo	98
4.4 Modelo 2- Productividad	100
4.5 Modelo 3- Empleo	102
4.6 Modelo 4- Productividad	106

4.7	Concordancia y discrepancias de las políticas de impulso al turismo en Bucerías en los tres órdenes de gobierno	111
	<b>CONCLUSIONES</b>	114
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	122
	<b>ANEXOS</b>	138
	1. Cuestionario aplicado a establecimientos característicos y conexos al turismo	138
	2. Categoría de los hoteles en Bucerías	148
	3. Número de establecimientos que comparten la misma razón social	148
	4. Principal motivación de emprendimiento	148
	5. Meses trabajados en 2014	149
	6. Actividades desarrolladas por cada empleado	150
	7. Empleos generados en Semana Santa	150
	8. Pertenencia a alguna asociación local	151

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro I	Dinámica demográfica de Bahía de Banderas y tasa promedio anual de crecimiento poblacional	55
Cuadro II	Porcentaje de PEA ocupada por sector en Nayarit en 2010	57
Cuadro III	Evolución de cuartos de hospedaje en Bahía de Banderas 1994-2013	58
Cuadro IV	Afluencia de turistas a la costa sur 1980-1997	59
Cuadro V	Llegada de turistas a Bahía de Banderas y noches pernoctadas en el período 2001-2007	59
Cuadro VI	Comportamiento del turismo en el período 2008-2014 en Nuevo Vallarta	60
Cuadro VII	Evolución de cuartos de hospedaje por categoría en Bahía de Banderas	61
Cuadro VIII	Establecimientos y cuartos en Bahía de Banderas por categoría turística al 31 de diciembre de 2013	62
Cuadro IX	Evolución de servicios en Bahía de Banderas 1998-2008	63
Cuadro X	Dinámica demográfica de Bucerías	65
Cuadro XI	Clasificación de las actividades características y conexas del turismo	68
Cuadro XII	Número de establecimientos por estrato	70
Cuadro XIII	Número de establecimientos a encuestar por estrato	73
Cuadro XIV	Variables e indicadores	74
Cuadro XV	Correlación de los indicadores: Número de trabajadores e Ingresos	77
Cuadro XVI	Razón Social por actividad económica	83
Cuadro XVII	Antigüedad del establecimientos	85
Cuadro XVIII	Origen del establecimiento	86
Cuadro XIX	Porcentaje de familia local como clientes del establecimiento	88
Cuadro XX	Número de empleados por actividad	89
Cuadro XXI	Productividad del empleo turístico	93
Cuadro XXII	Empleos generados en temporada alta de turismo nacional	95
Cuadro XXIII	Empleos generados en temporada alta de turismo extranjero	96
Cuadro XXIV	Establecimientos que obtuvieron algún crédito para la puesta en marcha	97
Cuadro XXV	Productividad-Modelo 1	99
Cuadro XXVI	Productividad-Modelo 2	102
Cuadro XXVII	Perfil 1- Empleo	104
Cuadro XXVIII	Perfil 3- Empleo	105
Cuadro XXIX	Perfil 1- Productividad	108
Cuadro XXX	Perfil 2- Productividad	109
Cuadro XXXI	Estrategias planteadas en los planes y programas a nivel nacional, estatal y municipal y su comparación con los resultados obtenidos	111

## ÍNDICE DE GRÁFICAS E IMÁGENES

Imagen 1	Bahía de Banderas –Bucerías	54
Gráfica 1	Tipo de prestaciones de Ley que los establecimientos proporcionan a sus empleados	90

## INTRODUCCIÓN

Tras la aparición del turismo de masas a mitad del siglo XX, países tales como Francia, México y Costa Rica, entre otros, han concebido al turismo como factor para el desarrollo, permitiendo la modernización de la actividad económica y de la sociedad receptora (Santana, 2005). Actualmente el turismo es uno de los sectores económicos más dinámicos, a pesar de estar en constante crecimiento existe un enorme potencial por explorar para impulsar el crecimiento económico de los países (Kumari, 2012).

Hoy en día el turismo es una necesidad en el mundo, dentro de los beneficios que produce se encuentran la generación de ingresos y empleo entre otros factores que multiplican la economía de una nación (Mercado & Palmerín, 2012); sin embargo, es importante poner en una balanza los beneficios y los perjuicios que surgen a partir de la implementación del turismo como motor de desarrollo, debido a que otras actividades (como las ilícitas) cumplirían con el objetivo de generar más ingresos que la actividad turística. Asimismo, el principal objetivo de fomentar y desarrollar el turismo es generar empleos para resolver uno de los problemas sociales más importantes que ha tenido el planeta en los últimos años, el desempleo (Bosch *et al.*, 2004).

La llegada de turistas internacionales en todo el mundo ha registrado un crecimiento ininterrumpido, en el año de 1950 se alcanzaron los 25 millones, para el año de 1995 hubo un registro de 528 millones y en 2012 se registraron 1.035 millones, el siguiente año creció un 5% llegando a los 1.087 millones (OMT, 2013), mientras que en 2014 la llegada de turistas aumento 4.3% alcanzando los 1.133 millones; para la región de las Américas el

## INTRODUCCIÓN

Tras la aparición del turismo de masas a mitad del siglo XX, países tales como Francia, México y Costa Rica, entre otros, han concebido al turismo como factor para el desarrollo, permitiendo la modernización de la actividad económica y de la sociedad receptora (Santana, 2005). Actualmente el turismo es uno de los sectores económicos más dinámicos, a pesar de estar en constante crecimiento existe un enorme potencial por explorar para impulsar el crecimiento económico de los países (Kumari, 2012).

Hoy en día el turismo es una necesidad en el mundo, dentro de los beneficios que produce se encuentran la generación de ingresos y empleo entre otros factores que multiplican la economía de una nación (Mercado & Palmerín, 2012); sin embargo, es importante poner en una balanza los beneficios y los perjuicios que surgen a partir de la implementación del turismo como motor de desarrollo, debido a que otras actividades (como las ilícitas) cumplirían con el objetivo de generar más ingresos que la actividad turística. Asimismo, el principal objetivo de fomentar y desarrollar el turismo es generar empleos para resolver uno de los problemas sociales más importantes que ha tenido el planeta en los últimos años, el desempleo (Bosch *et al.*, 2004).

La llegada de turistas internacionales en todo el mundo ha registrado un crecimiento ininterrumpido, en el año de 1950 se alcanzaron los 25 millones, para el año de 1995 hubo un registro de 528 millones y en 2012 se registraron 1.035 millones, el siguiente año creció un 5% llegando a los 1.087 millones (OMT, 2013), mientras que en 2014 la llegada de turistas aumento 4.3% alcanzando los 1.133 millones; para la región de las Américas el

incremento fue de 8% obteniendo 181 millones de llegadas internacionales, en cuanto a los ingresos para esta región fueron en total 274.000 millones de dólares; como resultado de este incremento de turistas en la región de las Américas, en el ranking de llegadas México se reincorporó al grupo de los diez primeros quedando en la décima posición (OMT, 2015).

El turismo en el mundo aporta el 8.7% de los empleos, y de toda la inversión que se realiza a nivel mundial se estima que el 4.7% corresponde al sector turístico (Gobierno de la República, 2013b). El empleo mundial en el sector del turismo aumentó en torno al 1% entre 2008 y 2009; sin embargo, hubo diferencias regionales significativas en relación con la repercusión de la crisis en el empleo en hoteles y restaurantes; mientras que el empleo en las Américas sufrió una caída del 1.7%, en las regiones de Asia y el Pacífico resistió el embate y aumentó en un 4.6% respectivamente (OIT, 2011). En 2011 en América Latina se crearon aproximadamente 15 millones de empleos directos e indirectos de la actividad turística (OIT, 2012). Mientras tanto, en 2015 la contribución directa de los viajes y el turismo en el mundo al Producto Interno Bruto (PIB) fue de 2,2 billones de dólares, y en términos de empleo creció un 2,6% generando 108 millones de puestos de trabajo, es decir 1 de cada 11 de todos los puestos de trabajo en el mundo está relacionado de manera directa o indirecta con el turismo (World Travel & Tourism Council, 2016).

El sector del turismo, y en particular el subsector de la hotelería y restauración, está diversificado en cuanto a los tipos de empresas que desarrollan actividades en este sector. Las mayores empresas tienen carteras con más de 6,000 hoteles cada una y emplean a más de 150,000 personas hasta en 100 países. A nivel mundial, alrededor de un 20% de la

fuerza de trabajo en éste sector desempeña tareas en empresas multinacionales, frente a un 80% que lo hace en las Pequeñas y Medianas Empresas (OIT, 2010).

De acuerdo al informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT) uno de cada once empleos del mundo está relacionado con el turismo ya sea directa, indirectamente o es inducido por esta actividad (OMT, 2013); y la estacionalidad que se presenta en los destinos turísticos da origen a otra categoría de empleos como son los temporales, los cuales son los generados a partir de las temporadas altas según sea el incremento de la demanda de los servicios turísticos (Bosch *et al.*, 2004).

En México, el turismo representa la posibilidad de crear trabajos e incrementar los mercados donde operan las pequeñas y medianas empresas; además, la oferta de alojamiento contribuyó a generar 2.5 millones de puestos de trabajo en 2010 (Gobierno de la República, 2013b), mientras que en 2011 México recibió casi 23 millones de turistas (Mercado & Palmerín, 2012), la tasa media anual de crecimiento de la oferta total de cuartos de alojamiento fue de 4% entre 2000 y 2012 (Gobierno de la República, 2013a). Cifras dadas a conocer por el Banco de México indican que el número de turistas internacionales vía aérea, de diciembre 2012 a junio de 2013, fue de 7.7 millones de personas, donde la actividad hotelera por su parte registró 191,244 cuartos ocupados (Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, 2013); en los meses de enero a marzo de 2016 se calculó que 3.8 millones de personas estaban empleadas en el sector turismo en el país, representado un incremento del 5.14% para los mismos meses en 2015 (SECTUR, 2016).

Mercado & Palmerín (2012) mencionan que la actividad turística en México ha generado 7.5 millones de empleos, en la cual participan más de 43 mil empresas. Así mismo, se cuenta con más de 17 mil hoteles y más de 660 mil cuartos de alojamientos, además de 58 aeropuertos internacionales, posicionándose este país en el lugar 44 mundial de competitividad turística (SIIMT, 2013).

En Nayarit, el Producto Interno Bruto (PIB) en 2005 pasó de 46.1 mil millones de pesos a 52.5 mil millones de pesos en el año 2010, donde el crecimiento económico del estado fue sustentado principalmente en el turismo de la Región Costa Sur (Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit, 2012). La demanda turística en el estado alcanzó 4.4 millones de turistas durante el 2007, el 67.9% fueron turistas nacionales y un 32.1% extranjeros; para este mismo año la tasa media de crecimiento en el flujo de turistas extranjeros fue de 13.7% mientras que los nacionales aumentaron en un 11.9% (Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit, 2009); en 2013 la zona de Nuevo Vallarta alcanzó una ocupación hotelera del 67.6%, siendo el 68% turistas nacionales y el 32% restante turistas extranjeros, en donde, la estadía promedio de un turista nacional fue de 3 a 4 noches, mientras que la estadía promedio del turista extranjero fue de 6 noches (INEGI, 2014); para 2014 el total de llegadas de turistas fue de 1,163,059 de los cuales el 62.71% fueron nacionales y el 37.29% extranjeros (INEGI, 2015), en cuanto a la ocupación hotelera para este mismo año fue del 79%, mientras que en 2015 la ocupación fue del 86.9% y hasta marzo 2016 se calcula que la ocupación hotelera fue de 86.8% (SECTUR, 2016).

El elemento humano es de vital importancia para las empresas consideradas características y conexas al turismo, debido a que son indispensables para el funcionamiento de las

mismas y están en contacto directo con los clientes o turistas, por lo tanto, el empleo debe ser motivo de estudio, planificación, coordinación, promoción, control, regulación, gestión y evaluación por parte de ellas (Márquez, 1996).

En este sentido, con el propósito de determinar el volumen de empleos generados característicos y conexos al turismo en Bucerías, se evalúa y analiza su especialización y productividad, identificando las características de los establecimientos y además se contrastan las políticas públicas que impulsan la actividad turística con los datos obtenidos.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En México, tanto en la administración del presidente Calderón (2006-2012) como en la actual del presidente Peña (2012-2018), se han planteado estrategias para lograr posicionar al país dentro de los primeros lugares internacionalmente en lo que respecta a la actividad turística (Barrón *et al.*, 2014); se han diseñado políticas públicas en los tres órdenes de gobierno buscando el aumento de la competitividad empresarial del sector, todo ello para impulsar el turismo como detonador del desarrollo regional, generador de empleo, bienestar económico, entre otros.

En el actual Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2011-2017 se propone como objetivo consolidar el turismo como motor de la actividad económica para el desarrollo regional, fomentando las actividades turísticas mediante el fortalecimiento de la competitividad de las empresas turísticas así como también fortalecer las bases legales para la oferta laboral, productiva y competitiva con proyectos estratégicos que beneficien al turismo; debido a

que en la estructura porcentual del Producto Interno Bruto de Nayarit el sector que más contribuye aportando el 69.10% es el sector terciario (Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit, 2009); además, el Plan Municipal de Desarrollo de Bahía de Banderas 2014-2017 busca continuar con la construcción de infraestructura hotelera, impulsar las Mipymes y facilitar el financiamiento a empresas para su apertura y equipamiento (Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit, 2014).

Asimismo, el secretario de desarrollo económico en la entidad en el período 2005-2011, Alonso Villaseñor Anguiano, afirmaba que: “se deben aprovechar las fortalezas que tenemos, como destino turístico la Riviera Nayarit es uno de los destinos más importantes del país, lo que favorece nuestra economía y la generación de empleos” (Periódico Express de Nayarit, 2009). En este período se afirmaba que de los nuevos empleos, 7 de cada 10 se generan a partir del sector turístico, tanto en materia de construcción como en la operación de este desarrollo turístico se generan empleos y desarrollo económico (Diario Buendía Organo Plural de Información, 2009). □

En la actualidad, los análisis realizados para estudiar los efectos de la actividad turística en las comunidades receptoras se han enfocado a los beneficios, tales como las divisas que este fenómeno genera, a la infraestructura hotelera o al número de turistas tanto nacionales como extranjeros que llegan a los destinos turísticos (Márquez, 1996).

En el turismo, la estacionalidad juega un papel importante debido al incremento de empleos que se generan en temporada alta (Pena & Pérez, S.F.), además implica que durante la temporada baja hoteles, restaurantes y otros establecimientos turísticos continúen

trabajando, y esto provoca, de acuerdo a la complejidad o magnitud del establecimiento turístico, que se condicione la variación en el número de empleos generados durante el año.

Sin embargo, son escasos los estudios que plantean analizar la economía nacional abordando la relación entre la actividad turística y la generación de empleos (Barrón *et al.*, 2014); para el estado de Nayarit no se han presentado trabajos desde esta perspectiva, haciendo pertinente analizar por su reciente promoción internacional a partir de la marca Riviera Nayarit, que desde 2007 comprende localidades de los municipios de Bahía de Banderas, Compostela y San Blas. Mencionan Ramírez & Pio (2011) que el beneficio de la marca Riviera Nayarit se ha visto reflejado principalmente en el municipio de Bahía de Banderas presentando mayor dinámica económica debido a la actividad turística, la cual se ha convertido en la actividad principal de esta región, significando fuentes de empleo.

Por lo expuesto anteriormente, resulta viable estudiar la estructura económica de la Riviera Nayarit asociada al sector turismo el impacto que tiene en la generación de empleos, como se informaba en el gobierno de Ney González (2005-2011) y que se continúa con este tipo de informes y publicidad en el Gobierno encabezado por Roberto Sandoval (2011-2017); la localidad de Bucerías, perteneciente al municipio de Bahía de Banderas, que forma parte de esta marca turística y cuenta con variedad de establecimientos turísticos, haciendo factible analizar ¿Cuál es la formalidad, especialización y productividad del empleo en las ramas de actividad que componen al sector turístico de Bucerías y cuántos empleos se generan?

Es así como la presente investigación se llevó a cabo desde la perspectiva de la temporalidad, la cual es vista desde los empleos que se generan de diciembre a enero, meses en los cuales arriba el turismo extranjero a la zona de estudio, así como los empleos

generados en los meses de marzo-abril y junio-agosto, temporada de turismo nacional; la formalidad se observa desde los empleos que son remunerados y los que cuentan con prestaciones de Ley; la especialización se analiza desde las actividades ya sean características o conexas al turismo que ocupen más personal y desde las áreas dentro de las empresas donde se concentran más empleados; la productividad se entiende como la relación producción- número de empleados; cada una de las variables se estudian desde el empleo turístico en Bucerías, Nayarit; asimismo, se identifican las políticas públicas en relación con el turismo y la generación de empleos que se han promovido en la región.

En este sentido, resulta interesante conocer el número de empleos que origina la actividad turística en Bucerías, ya que al ser destino de sol y playa se presenta factible por la cantidad, magnitud y tipos de establecimientos con los que cuenta, por su cercanía con otros destinos turísticos y por la marcada estacionalidad que se presenta en este destino generada por dicha actividad; además es importante conocer si las políticas públicas impulsan el turismo para la generación de empleos.

## **JUSTIFICACIÓN**

La ausencia de estudios a nivel local resalta la importancia de la generación de información de cada destino turístico, como es el caso de Bucerías, en este sentido, es imprescindible llevar a cabo una evaluación de la relación entre el turismo y los empleos que se generan en este destino mismo que ha tenido un despegue importante en los últimos años, conocer la realidad de los efectos ocasionados por esta actividad económica, como hacen referencia Barrón *et al.* (2014), con el fin de obtener orientación para la planeación y promoción

turística, así como identificar un modelo de desarrollo económico que permita alcanzar el objetivo de generar empleos para una mejor distribución de la riqueza, teniendo como resultado efectos positivos económicos y sociales; la falta de registros de los impactos del turismo en las comunidades dedicadas a ello, impide llevar a cabo una evaluación de los beneficios reales en la población; todo esto debe considerarse y analizarse si se desea obtener ganancias de esta actividad, la comunidad donde se desarrolla el turismo debe poseer un sistema turístico planeado y organizado, con todos los servicios necesarios considerando la demanda real para que así represente una oportunidad de crecimiento y desarrollo permitiendo elevar la calidad y nivel de vida de los habitantes del destino (Mercado & Palmerín, 2012).

A falta de datos y estadísticas locales, se busca que esta investigación contribuya a generar información de los empleos generados de la actividad turística en Bucerías; asimismo, se espera que los resultados del estudio ayuden a una mejor planeación y promoción del turismo por parte de las autoridades locales. Así mismo, sirva como base para investigaciones futuras en las diferentes localidades cercanas a Bucerías, por la similitud contextual. La diferencia con otros estudios es que en ésta investigación se determina el volumen, especialización y productividad de los empleos generados del turismo, misma que no ha sido abordada desde las empresas relacionadas directa e indirectamente con el turismo. Fue viable realizar esta investigación ya que los tiempos propuestos para llevarla a cabo correspondieron con los establecidos para la entrega de resultados.

En virtud de lo anterior el Objetivo General de esta tesis es:

Valorar la generación de empleo asociado a las actividades turísticas en Bucerías Nayarit de Junio 2014 hasta Abril 2015, que permitan determinar el volumen, características empresariales, así como, la formalidad, especialización y productividad del empleo en el sector turístico, contrastando los resultados con las políticas de impulso a la actividad turística en la región.

Mientras, que los objetivos específicos son:

1. Identificar las empresas relacionadas con actividades características y conexas haciendo una caracterización por tamaño.
2. Analizar y estimar la generación de empleos en temporada alta y baja, así como su condición de formalidad, especialización y productividad de la actividad económica.
3. Contrastar los resultados obtenidos con las políticas públicas de impulso al turismo y generación de empleos en la Riviera Nayarit.

La hipótesis que rige el curso de esta investigación está dada por:

El empleo en Bucerías es generado por actividades características del turismo, mismo que tiene fluctuaciones asociadas a la estacionalidad del turismo; y que son compensadas por trabajo informal, modificando la especialización y productividad de las ramas de actividad características y conexas.

La tesis se encuentra estructurada en cuatro capítulos, el primero de ellos es el marco teórico, en el cual se encuentran las teorías y modelos que explican la situación de la zona

de estudio y que aportan a la investigación, partiendo de las teorías del desarrollo regional hasta la productividad y especialización en el turismo cuyo análisis da elementos para entender la situación del empleo turístico en la región; el segundo capítulo comprende la descripción del municipio de Bahía de Banderas y la localidad de Bucerías, para dar al lector una idea sobre la zona donde se realizó la investigación y las características socio-económicas principales; en el tercer capítulo se encuentra la metodología utilizada para la recopilación de información, así como, también el listado de las variables con sus respectivos indicadores; el último capítulo está dedicado a los principales resultados descriptivos encontrados a partir del cuestionario aplicado, además, se encuentran cuatro modelos formulados a partir de técnicas econométricas. Finalmente se presentan las conclusiones donde se presenta una reflexión respecto a los resultados encontrados comparándolos a su vez con la teoría y se realizan algunas propuestas.

de estudio y que aportan a la investigación, partiendo de las teorías del desarrollo regional hasta la productividad y especialización en el turismo cuyo análisis da elementos para entender la situación del empleo turístico en la región; el segundo capítulo comprende la descripción del municipio de Bahía de Banderas y la localidad de Bucerías, para dar al lector una idea sobre la zona donde se realizó la investigación y las características socio-económicas principales; en el tercer capítulo se encuentra la metodología utilizada para la recopilación de información, así como, también el listado de las variables con sus respectivos indicadores; el último capítulo está dedicado a los principales resultados descriptivos encontrados a partir del cuestionario aplicado, además, se encuentran cuatro modelos formulados a partir de técnicas econométricas. Finalmente se presentan las conclusiones donde se presenta una reflexión respecto a los resultados encontrados comparándolos a su vez con la teoría y se realizan algunas propuestas.

## **CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Desarrollo regional.**

El desarrollo regional es un crecimiento ordenado, que debe ir acorde con los preceptos del derecho de la sociedad ordenada (justa, equitativa e igualitaria), y entonces dar a cada quien lo que merece (según sus necesidades, que nadie goce de privilegios) y que todos tengan la misma oportunidad de decisión; es decir, el desarrollo regional debe partir de las necesidades locales (micro-negocios), para esto es necesario el fomento y regulación (política pública) de este tipo de factorías como base del desarrollo regional (Rionda, 2005).

Lo propuesto por Rionda (2005), es lo que el desarrollo regional debería ser, y se hace énfasis en la palabra “debería” porque es lo que países subdesarrollados han buscado a lo largo de los años, sin embargo, su falla está en los derechos de la sociedad, es decir, a pesar de que la población tiene tanto derechos como obligaciones, éstos no son respetados, no son justos, ni equitativos y además existe una pequeña minoría que goza de privilegios inimaginables. El problema visto desde lo planteado por Rionda (2005) es el cumplimiento de las políticas públicas, porque hay un sinnúmero de regulaciones, pero su incumplimiento o seguimiento es una situación que rompe con el proceso del desarrollo y cabe señalar que este quebrantamiento inicia principalmente de quienes proponen e implementan estas políticas. Además, es importante resaltar que en lo propuesto por este autor falta una parte esencial del desarrollo, como lo es la dimensión ambiental, ya que la misma región hace

uso de sus recursos naturales y de su territorio, dentro de sus actividades diarias como también en sus actividades económicas.

En este sentido, Boisier (2007) plantea que el desarrollo regional es un proceso localizado que propicia un cambio sostenido, el cual tiene como finalidad el progreso permanente en toda la región y que a su vez traerá consigo bienestar en cada individuo.

Además es importante rescatar los elementos que este mismo autor propone para que una región genere su propio crecimiento económico, los cuales son: a) un creciente proceso de autonomía decisional, b) una creciente capacidad regional de captación y reinversión del excedente, c) un creciente proceso de inclusión social, d) una creciente conciencia y acción ambientalista, e) una creciente sincronía inter-sectorial, f) una creciente percepción colectiva de pertenencia regional; es así como, el crecimiento regional está estrechamente asociado con un patrón de asignación regional de recursos, ya que este proceso resulta ser exógeno a la región porque los que toman la decisión respecto a esta repartición no suele ser la misma región, es así como entra la participación del Estado en donde desfavorece a la región para beneficio de otros agentes (privados); en este sentido, el papel de la organización social (los empresarios, sindicatos regionales, organizaciones sociales, instituciones educativas, etc.) es un elemento crucial para transformar el crecimiento en desarrollo.

En relación a lo anterior, Carrasco (referenciado por Noguera & Esparcia, 1999) señala que en la concepción del ámbito del desarrollo regional existen cuatro categorías, identificando así a los agentes de los que habla Boisier: económica (empresarios locales), ambiental (transformación del ambiente), sociocultural (valores) y político-administrativa (políticas

públicas); las cuales deben intentar crear un entorno favorable para la promoción del desarrollo regional.

Sin embargo, en cuanto a la afirmación de Boisier (2007) el desarrollo regional es aún más complejo, ya que el cambio social al que se hace referencia debe ser en conjunto, es decir, se requiere de la participación de cada parte o estructura económico-social de la región, de manera que se complementen y se impulsen entre sí, para que de esta forma el desarrollo pueda reflejarse en cada individuo y que a su vez esto sea continuo y dinámico; pero existe un aspecto fundamental que no describe Boisier (2007), como lo es el llegar a un consenso entre todos los agentes que menciona y que describe Carrasco (referenciado por Noguera & Esparcia, 1999) es elemento crucial para transformar el crecimiento en desarrollo, con esto se hace referencia a otro proceso complejo para que se llegue a un acuerdo de manera que todos se beneficien entre sí.

Por su parte, Holland (citado por Noguera & Esparcia, 1999) aporta una aproximación detallada de los cinco tipos de regiones, la primera denominada región *sobre desarrollada* la cual se caracteriza por su grado de dinamismo económico que provoca diseconomías de aglomeración; la segunda es la llamada *región neutral* y se encuentran aledañas a las regiones anteriores sin sufrir problemas de aglomeración; la tercera es la *región deprimida* en donde los niveles de desarrollo económico son bajos en comparación con los nacionales; la cuarta es la *región subdesarrollada* en donde el modelo capitalista aún no se ha insertado y la última región es la *intermedia* la cual presenta una mezcla de características de las regiones anteriores.

Mencionan Brown & Burrows (1997) que algunos de los beneficios que propicia el desarrollo en las regiones, dentro de las cuales destacan tres ventajas posibles del desarrollo en aquellas que posean todas o alguna de las siguientes: especialización en actividades (que tienen una demanda creciente), el disfrute de ventajas comparativas (localización favorable o disponibilidad de recursos adecuados) y alto grado de aprovechamiento de las potencialidades por localización (recursos naturales).

Sin embargo, no necesariamente debe tener estas tres ventajas a nivel nacional o internacional, ya que principalmente se debe partir por impulsar la producción y consumo local, restringiendo el acceso a las importaciones, para así proteger tanto sus actividades económicas regionales como su proceso de desarrollo.

Debido a los problemas que enfrentan las regiones, que en su mayoría son económicos y a su vez traen consigo problemas sociales, y dependiendo de sus características físicas, políticas, económicas o sociales se han llevado a cabo acciones orientadas al desarrollo regional, dentro de estas acciones se encuentra el turismo, representando empleos y mayor ingreso para los pobladores. En este sentido, menciona Mercado (S.F.) que un aspecto importante para el bienestar económico de los habitantes de cierta región que parte del desarrollo económico regional, es la búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida de la región, mediante la creación de empleos e ingresos crecientes.

Sin embargo, es importante evaluar los impactos que trae consigo el turismo en el desarrollo regional en el actual modelo capitalista, al respecto mencionan Castro & López (2010) que la expansión de los procesos globales inducen a modificaciones estructurales que producen desequilibrios y en ocasiones la búsqueda de soluciones mediante el diseño

de políticas públicas llegan a incidir en nuevos desequilibrios y nuevas estructuras, surgiendo los polos de desarrollo turístico y corredores turísticos.

Anaiz & Dachary (2002) señalan que en el modelo en el cual estamos inmersos, la finalidad no es propiciar desarrollo sino por el contrario, los países desarrollados sólo buscan el crecimiento económico, es decir, el objetivo del capitalismo es modificar las estructuras económico-sociales en todo el mundo para que se facilite a su vez la expansión del mismo capitalismo y que los países desarrollados puedan explotar a los más débiles, en donde por las prácticas de globalización mediante la implementación del turismo se han producido desequilibrios y se han puesto obstáculos que han llevado a la dependencia económica, endeudamiento y a la transnacionalización y que por lo tanto frenan el desarrollo regional.

## **1.2 Teorías de la localización, espacio geográfico y desarrollo regional.**

La localización geográfica, la distancia de las costas y los costos de transporte son factores que intervienen en las actividades productivas de las regiones, ¿por qué unas regiones atraen más actividad productiva y población que otras?; la producción de ciertas regiones o países presenta grandes disparidades debido a las actividades de aglomeración (como lo es el turismo), ya que dichas actividades económicas presentan mayor desarrollo en detrimento de las más atrasadas a causa de que presentan menor inversión (Moncayo, 2003).

Las empresas deben elegir entre estar cerca de su mercado potencial (consumidores) o estar cerca de sus proveedores, debido a los costos del transporte, ya que se debe hacer una

valoración de qué resulta más costoso, -llevar la mercancía o servicio al consumidor o transportar la materia prima a la empresa para darle el adecuado procesamiento- por ello factores como la comunicación e infraestructura pública son importantes para las actividades de aglomeración, ya que la región que presente mayor accesibilidad es la que se preferirá para la instalación de empresas; entonces resulta viable invertir en más accesos para impulsar la inversión privada en estas regiones y que generen desarrollo, pero se dice que unas regiones crecen en detrimento de otras porque la inversión pública se enfoca a regiones accesibles y se olvidan de otras regiones con menores oportunidades de crecimiento.

En este sentido, González & Villa (2002, p.87) afirman que: “la teoría de la localización establece mecanismos de distribución de los factores (económicos y sociales) y los criterios para su asignación espacial tomando como elementos centrales a las empresas, los mercados, consumidores, las distancias, etc.”

La concentración industrial regional hace referencia al número de establecimientos (industriales) que se ubican en una región; en donde ciertas actividades industriales (en el caso del turismo) obtienen ventajas por las interacciones que se generan a partir de su localización cercana a otras, beneficiándose entre sí en los factores de producción (Mercado, S.F.). Ejemplo de esto son los corredores turísticos que se benefician entre sí, en donde una localidad puede ofrecer la tranquilidad de sus playas, otra ofrece hospedaje y alguna otra puede ofrecer paisaje, en donde por la cercanía de estos destinos turísticos el turista tiene mayor facilidad transportándose de un lugar a otro y los espacios se complementan entre sí haciendo una oferta atractiva para el turista.

La localización en el turismo juega un papel importante, debido a que la presencia de recursos naturales (playas, ríos, lagunas, etc.) condiciona la localización espacial de los turistas ya que poseen una alta valoración y motivan el desplazamiento turístico, además determinan el potencial turístico de una zona en el mercado turístico, en donde, se inicia un proceso de transformación de las estructuras territoriales, urbanas sociales y económicas surgiendo nuevos centros turísticos (de manera espontánea o planificada). Los destinos litorales responden a la modalidad de sol y playa, las cuales concentran gran parte de la oferta turística mundial, es decir, es aquí donde se encuentra la mayor construcción de equipamiento específico para brindar servicios de alojamiento, restauración, transporte y recreación, así como también, servicios conexos para la prestación turística, siendo así, el crecimiento del turismo en el espacio litoral responde a patrones similares, fórmulas estandarizadas y fuertes concentraciones espaciales a lo largo de la costa (Bensey, 2006); donde el sector empresarial dominante se expande sin medida, dando por resultado un crecimiento acelerado y desorganizado de la actividad turística que a su vez degradan estos destinos debido a esta práctica masiva y a la continua búsqueda de espacios “aptos” de transformación turística.

En relación a lo anterior, Perroux en la década de los 50's elaboró una serie de estudios sobre el crecimiento geográficamente desequilibrado, el cual acuñó el término “polos de crecimiento” para referirse al hecho de que un punto geográfico en donde se inicia el crecimiento de una economía creará un foco de crecimiento en torno a sí; atrayendo la instalación de industrias y generando una serie de economías externas en la zona que favorecerán aún más el crecimiento (Hidalgo, 1998). Este enfoque de los polos de

desarrollo, basado en la teoría del crecimiento económico, plantea que la industria y los mercados en lugares centrales deben ser promovidos como la fortaleza del desarrollo (González & Villa, 2002).

El modelo de los polos de crecimiento se ha implementado para reducir los problemas de las disparidades regionales y de integración económico – territorial; puesto que se supone este modelo teórico-práctico provocaría que el complejo industrial desatara efectos positivos tanto en el centro donde se impulsará este modelo como en las regiones aledañas (De Mattos, citado por Fonseca, 2009). Pero esta concentración puede originar ciertas disparidades regionales, Hidalgo (1998, p.99) dice que:

La atracción del polo no sólo se ejerce sobre las empresas, sino también sobre los individuos talentosos y despiertos, desposeyendo de talento y de capital otras regiones, generando así flujos migratorios; este hecho dependiendo de su magnitud puede incluso disminuir el nivel económico general por debajo del que se hubiese alcanzado sin el polo de crecimiento, es decir, el impacto negativo suele ser más grave con los polos de desarrollo.

En este sentido, las desigualdades regionales tienden a crear un polo imantado de atracción y otro de acción expulsiva. El primero corresponde a la región favorecida, urbanizada y el segundo al área rezagada, rural.

La teoría de los polos de crecimiento pretende que tal como se comportan los polos de desarrollo o polos de turísticos y en función de las realidades de los países desarrollados (Francia) puedan ser aplicadas a los países subdesarrollados (México), ejemplo de esto son

lo tal posición tiene como postulado que el tercer mundo es un “mundo en desarrollo”, es decir, que está en una situación de transición hacia lo que son hoy en día los países desarrollados (Santos, 1973).

Además, Perroux considera a las ciudades como los polos ideales que favorecen la creación de redes complejas que producen tanto economías de escala como economías externas que facilitan la acumulación de capital (Castro & López, 2010). Mediante este modelo teórico propuesto por Perroux se ha implementado el turismo, con la esperanza de que poco a poco el crecimiento de un destino turístico beneficie en las zonas aledañas, proponiendo que estas últimas sean las proveedoras de materia prima de las empresas turísticas, y así impulsar el desarrollo en la región (Castro, 2009); sin embargo, el problema ha sido que las grandes empresas, como las cadenas hoteleras ya tienen establecidos sus proveedores que en su mayoría son de otros países; y el único beneficio, dudando que se pueda considerar como tal, son los empleos que generan estas grandes empresas que son ocupados por la misma población anfitriona y por las circundantes.

Los denominados polos de desarrollo turísticos, son ciudades turísticas donde se modifica todo el entorno tradicional de cierta región desde el aspecto económico, social, ambiental, político hasta el cultural, originando a su vez problemas de gran magnitud (Castro & López, 2010); pero esto termina agravándose cuando surgen los corredores turísticos ya que se amplía aun más el espacio de estos polos y por supuesto los efectos de estas acciones son todavía mayores, en donde las condiciones del proceso de desarrollo son diferenciadas (Fonseca, 2009; Arnaiz & Dachary, 2004; Castro, 2009), es decir, beneficios sólo para una pequeña parte de los participantes en la actividad turística y la mayor parte que en lo

general es la población, sólo es receptora de los efectos negativos que generan estas prácticas turísticas.

En el caso de México, los polos de desarrollo turístico han sido una práctica desde el siglo XX hasta en la actualidad, el turismo es considerado una herramienta para poder alcanzar los niveles más altos de evolución económica en donde la planificación turística representa la posibilidad de captar divisas, generar nuevos puestos de trabajo y a su vez estimular el crecimiento de ciertas áreas menos desarrolladas (Bensey, 2006; Bensey, 2007). A partir de esto, surgió la necesidad de crear organismos nacionales que fomentaran y financiaran las obras de infraestructura y equipamiento que se requerían en estos polos turísticos (Los Cabos, Loreto, Ixtapa Zihuatanejo, Huatulco, El Capomo). Dentro de los resultados obtenidos se produjo una dualidad entre los centros turísticos que surgieron de manera tradicional (Acapulco, Puerto Vallarta, Mazatlán, Manzanillo, Cozumel) y los centros turísticos integralmente planificados (Bensey, 2007), asimismo, hoy en día existe una lucha constante por las inversiones y los turistas entre los destinos turísticos y el peor de los resultados fue que estos polos trajeron consigo más subdesarrollo debido a que sólo unos cuantos sacan beneficios de esta actividad (Castro, 2009).

### **1.2.1 Modelo del trabajo excedentario de Arthur Lewis.**

El enfoque de la economía dual considera que en las economías no occidentales, es decir, los países subdesarrollados que habían estado sometidos al colonialismo, conviven dos sectores claramente diferenciados, un sector tradicional muy retrasado y otro moderno en

crecimiento, es así que el modelo de Lewis se basa en la transferencia del factor trabajo desde el sector agrícola al sector industrial (De Pablo & Carretero, 2001).

Ray (2002) afirma que para Lewis el desarrollo económico es el cambio continuo de un sector tradicional (agrícola) en un sector moderno (industrial); en donde, el sector tradicional tiene un excedente de mano de obra y por lo tanto el sector moderno absorberá este excedente.

Es este sentido Escalaith (2008) menciona: “El modelo de Lewis analiza el desarrollo de una economía cerrada con un abastecimiento ilimitado de trabajo, en donde la sociedad tradicional transita de una economía homogénea dominada por actividades tradicionales hacia un estado de industrialización” (p.12).

De esta forma, los empresarios del sector moderno con un capital inicial no demasiado grande obtienen importantes ingresos, dado los bajos costes salariales, siendo así el margen de beneficios obtenidos por los empresarios del sector moderno posibilitan una mayor acumulación de capital por medio de la inversión; y este capital permite a su vez aumentar la oferta de trabajo, con lo que se genera un aumento de la producción y empleo (Hidalgo, 1998). Mientras predomina la sobreoferta de trabajo, la intensidad del capital de la economía crece, y con ella el ingreso por habitante (Escalaith, 2008), debido a que el trabajador está primeramente en un sector de subsistencia (tradicional) y en su reasignación al sector moderno tiene la posibilidad de tener mejor empleo y por lo tanto mayor ingreso.

Lewis afirma que la rapidez del cambio de un sector tradicional al sector moderno depende de las capacidades internas de ahorro e inversión (pública o privada), en donde la apertura de los mercados internacionales sean comerciales o financieros permitirá frenar los

obstáculos de industrialización abriendo a su vez nuevos mercados para la producción nacional (Escalaith, 2008); la industria en su proceso de expansión mediante la inversión busca mejorar la competitividad de la región y a su vez impulsar su mercado pero sin la ampliación de su base productiva (Hidalgo, 1998), como consecuencia de lo anterior, el sector tradicional en su transformación progresiva en un sector moderno, no es capaz de absorber en su totalidad el excedente de mano de obra que proviene del tradicional, esto puede llegar a derivarse del crecimiento demográfico de la localidad.

Sin embargo, es necesario prestar atención a los beneficios que obtienen los capitalistas en comparación del sector tradicional, debido a que la probabilidad de que estos últimos reinviertan ese beneficio en el mismo país (en desarrollo) es escasa, lo cual, da como resultado un crecimiento pero sin equidad en cuanto a la distribución de la riqueza (Castro, 2009; Arnaiz & Dachary, 2004; Hidalgo, 1998); además, este modelo apuesta la existencia de pleno empleo en el sector moderno mientras que en el tradicional superabunda la mano de obra; no obstante, es necesario no olvidar la estacionalidad que se presenta en el sector rural como en el sector servicios, lo cual, trae consigo desempleo o empleos temporales; por lo tanto, la idea del pleno empleo es dudosa (Hidalgo, 1998).

Hoy en día las regiones se encuentran en un frágil equilibrio ante las funciones que se le exigen, puesto que se le pide producir alimentos y facilitar materias primas; pero además de lo anterior se le impone que sea zona para actividades de ocio y descanso. Cuadrado & Maroto (2005) hacen referencia al sector servicios, en donde la actividad turística en la mayoría de las economías absorbe una proporción creciente de mano de obra, pero es importante señalar que esta predominancia del sector servicios no se atribuye a un estado de

desarrollo, ya que los puestos de trabajo creados por el sector servicios son por lo general de baja o decreciente productividad; pero la incapacidad de los sectores de alta productividad para crear empleos nuevos obliga a los entrantes en el mercado laboral a aceptar empleos de baja calidad y esto se ve reflejado en el aumento del sector informal en las regiones (Escalaith, 2006).

La vida en las regiones ha sufrido profundas transformaciones en las últimas décadas y esto está ligado a los cambios que se han producido en la agricultura y ganadería, cambios que son consecuencia de decisiones tomadas fuera del mundo regional e impuestos principalmente por el crecimiento económico dominante (De Pablo & Carretero, 2001); en donde el desarrollo de las comunicaciones y el transporte, y también factores externos como las inversiones y zonas residenciales han contribuido a la implementación del turismo como actividad económica y de desarrollo regional.

### **1.2.2 Modelo del sector formal de Todaro.**

Todaro parte de los salarios en el sector formal, menciona que estos son atractivos y que puede generar una alta tasa de migración, por lo tanto, surge el sector informal, el cual, puede frenar problemas de migración y que además absorbe a la población con capacitación baja; sin embargo, también el sector informal trae otros problemas consigo, como delincuencia, contaminación, empleos temporales, entre otros (Ray, 2002; Escalaith, 2008).

En relación a lo anterior menciona Todaro (citado por Hidalgo, 1998) que los efectos internacionales de retroceso que afectan al desarrollo de los países pobres son: el control y

la manipulación a través de las inversiones (empresas transnacionales) de los países ricos en el mercado mundial y específicamente sobre los recursos de los países subdesarrollados en donde gozan de privilegios para el acceso de las materias primas y que además se aprovechan de las barreras que impiden a los países subdesarrollados exportar sus productos o introducirlos en el mercado internacional. Además la segmentación de los mercados laborales que resultó del nuevo dualismo desembocó también en una mayor desigualdad de la distribución del ingreso, pero también no podemos omitir la capacidad de los primer mundistas para acelerar o desacelerar la industrialización en los países subdesarrollados, teniendo la oportunidad de ofrecer sus productos a precios más bajos y saben que los productos locales no tienen la capacidad para competir con sus productos (Escalaith, 2008; García, 2002b), sin embargo, estas facilidades se dan gracias a las prácticas del Estado o a las élites que muestran más lealtad a los países ricos que a su propia población.

Escalaith (2008) menciona que el impulso al desarrollo rural ayudará a: “Reducir a la vez la pobreza extrema y la desigualdad de ingreso, y asegurar que la movilidad intersectorial de empleo esté basada en oportunidades de mejores ingresos vinculados a una mayor productividad sectorial en los sectores urbanos” (p. 31).

Así, los trabajadores con escasas calificaciones encuentran empleos que tienen gran demanda de mano de obra, en donde los migrantes vienen a competir con la población nativa para obtener cierto empleo en sectores tales como la agricultura, construcción, entre otros (OIT, S.F.).

### **1.2.3 Teorías basadas en la competitividad de las áreas locales.**

El enfoque de la competitividad surgió en la década de los 80's para medir el avance económico de los países y la participación de estos en el mercado, hoy en día la competitividad es aplicada para la medición del desarrollo regional (Moncayo, 2003); así como también es aplicada en cuanto a nivel sector, en donde enfatiza que si un sector en particular ofrece potencial para crecer y un atractivo rendimiento sobre la inversión (principalmente extranjera), de igual manera la competitividad se relaciona con la mayor o menor productividad de la fuerza de trabajo (Bonales, 2002).

En este sentido, el teorema de Heckscher-Ohlin según Rodríguez (citado por Barroso & Flores, 2006) parte del supuesto de que: "La competencia es perfecta entre países en donde los factores productivos son móviles entre sectores de un mismo país pero no entre países" (p.10); así mismo Torres (citado por Barroso & Flores, 2006) afirma que la localización y distribución de ciertas actividades económicas en los países depende de los factores de producción, ya que la disposición y accesibilidad de los mismos no es igual en los diferentes países; por lo tanto, cada región usará en mayor proporción sus recursos naturales más abundantes por ser más baratos; entonces es así como la diferencia de factores y de precios influyen en la localización de la producción y en la especialización de determinadas regiones en determinados sectores productivos.

Sin embargo, es importante señalar que asegurar la existencia de pleno empleo es complejo, ya sea por las estaciones en cada uno de los sectores (agricultura, servicios, etc.) o simplemente porque es imposible que cada individuo de cierta población tenga un empleo independientemente de las características de este, si fuera posible el pleno empleo en los

países desarrollados no existiera pobreza en absoluto; asimismo no se puede hablar de homogeneidad en los productos debido a las diferencias existentes entre los países y un factor que se omite es la tecnología.

En base a los factores propuestos por la teoría neoclásica surge una nueva teoría de la competitividad mediante el enfoque estratégico, denominada teoría de la competitividad estructural, la cual se basa en la conceptualización de “ventaja comparativa”, teniendo como su principal exponente a Porter; el cual hace referencia a la ventaja competitiva de unos países frente a otros que principalmente viene dada por la posesión de determinados factores productivos abundantes, lo que explica la especialización en determinados sectores productivos en función de la cantidad de recursos que se necesiten; siendo así como la teoría de la ventaja comparativa tiene mayor importancia en el éxito de determinados países en ciertos sectores que utilizan intensivamente sus factores productivos básicos como los recursos naturales o la mano de obra (Barroso & Flores, 2006).

En relación a lo anterior Domínguez (2001) menciona que entre estos sectores se encuentra el desarrollo de los destinos turísticos, por lo que las fallas existentes en la relación entre la oferta y la demanda turística incita que la competitividad de cada una de las empresas turísticas, es decir la oferta turística, dependa de la competitividad del destino turístico; es así como, la teoría de la competitividad estructural pretende explicar la capacidad competitiva de las empresas de un país por una serie de factores relacionados con su entorno económico y con las políticas implementadas por el gobierno; en donde las condiciones que determinan la competitividad de un destino turístico está conformado por un grupo de empresas (características y conexas) y los servicios turísticos, relacionándose

éstos entre sí. Sin embargo, afirma Escalaith (2008) que: “La competitividad sistémica de una economía no depende sólo de sus empresas exportadoras, sino también de la calidad de los servicios de infraestructura sobre las cuales estas empresas se pueden apoyar” (p. 23).

No obstante, la competitividad real es muy diferente; la competitividad es dinámica y se basa en la innovación y la búsqueda de diferencias estratégicas; asimismo, la ubicación afecta a las ventajas competitivas a través de su influencia sobre la productividad y sobre todo en el crecimiento de la productividad; pero la prosperidad depende de la productividad con la que se utilizan los factores y de la innovación (Porter, 2000). Cabe mencionar que mientras la ventaja comparativa hace referencia a todos aquellos recursos existentes en el territorio y que son valorizables, las ventajas competitivas se relacionan con la habilidad de los destinos turísticos para usar eficientemente esos recursos y añadirle valor a lo largo del tiempo.

Los cambios propiciados por el modelo actual hacen que sean necesarias nuevas estrategias competitivas en los sectores, en donde el sector turismo no es la excepción debiendo enfrentar los nuevos retos de competitividad tanto en productos como en regiones. Superar los retos en cuanto a la competitividad regional generaría un incremento de la calidad de vida de los agentes involucrados (Barroso & Flores, 2006); al respecto Porter (2000) afirma que el desarrollo económico tiene por objeto lograr un desarrollo sostenible a largo plazo en los estándares de vida de una nación, ajustado por la igualdad de poder adquisitivo, y que a su vez, el nivel de vida está determinado por la productividad de la economía de un país.

Asimismo, es importante saber identificar cuándo un destino turístico entra en la fase de madurez de su ciclo de vida, ya que el destino que se encuentra en esta etapa es necesario tomar acciones que rejuvenezcan el destino para evitar que llegue a la etapa de declive, esto mediante la identificación de las ventajas comparativas y reformulación de las ventajas competitivas que aseguren la permanencia en el mercado y generen igual o más alta rentabilidad (Camisón & Monfort, 1998).

### **1.3 Turismo como estrategia de desarrollo regional.**

El turismo es una actividad antigua que hoy en día ha alcanzado una dimensión a nivel mundial, menciona Bensey (2006) que el turismo es un elemento importante en el desarrollo de los habitantes en países que tienen un nivel alto en lo que respecta a la calidad de vida, debido a que se considera como una necesidad la práctica turística dentro de sus habitantes.

En los últimos años ha surgido un interés creciente por el turismo como un instrumento de atenuación de la pobreza y el hambre por parte de los gobiernos, organizaciones no gubernamentales y organismos oficiales nacionales e internacionales de turismo. Haciendo referencia a lo anterior, Lima *et al.* (2012) afirman que los beneficios del turismo en la economía son significativos, por lo tanto, puede constituirse como un importante instrumento de desarrollo en regiones desfavorecidas.

En este sentido Arnaiz & Dachary (2002) mencionan que en los últimos tiempos a nivel mundial el turismo, visto como actividad, ha presentado mayor dinamismo económico, y a

su vez ha dado paso al capitalismo global significando un camino fácil y eficaz para la globalización y el movimiento de capitales.

Es decir, algunas iniciativas de turismo como estrategia para combatir la pobreza en los países subdesarrollados pueden contribuir a la manipulación de oportunidades para servir a los intereses de los actores más poderosos, trayendo consigo un desarrollo desigual y crecimiento económico para las empresas extranjeras.

Hoy el turismo se enfrenta a los problemas que plantean dos paradigmas no coincidentes: la globalización y la sustentabilidad, representando un reto de difícil integración en los países emergentes, como es el caso de México ya que sus necesidades son mayores que las posibilidades de lograr un crecimiento equilibrado (Dachary & Arnaiz 2002).

En este sentido, atendiendo a la sustentabilidad para lograr un crecimiento equilibrado, la United Nations World Tourism Organization (UNWTO) identifica aspectos en donde el turismo puede funcionar como instrumento de reducción de la pobreza, dentro de los cuales se encuentran los empleos de la población de escasos recursos en empresas turísticas, la oferta de bienes y servicios de empresas turísticas de la población local, donativos de los turistas a la población, infraestructura estimulada por el turismo que beneficia a los locales (UNWTO, 2004).

Por otro lado, haciendo referencia al primer paradigma, la globalización, el turismo se ha caracterizado como una de las industrias más competitivas a nivel mundial, además mediante esta actividad es notable el potencial y capacidad de las empresas trasnacionales (Castro & López, 2010); siguiendo con el planteamiento del primer paradigma, menciona Coraggio (2005) que por insertar una región en el modelo capitalista según sus recursos o

su industria, esto desde la perspectiva de *lograr desarrollo donde no se da* (países subdesarrollados), produce impactos negativos debido a las alteraciones consecuencia de las economías-mundo que están sobre las regiones “perdedoras”; haciendo énfasis en los impactos en las regiones que se pueden manifestar mediante la reorganización del ambiente productivo, es decir, del sector primario al terciario, cabe señalar que dentro de éste último se encuentra el turismo, y este cambio permitiendo que el mercado internacional entre sin restricción alguna, afectando gravemente en la competitividad de actividades y productos regionales, lo cuál, implica la destrucción de sistemas productivos regionales, acentuando aún más la dualización social ya que se incrementan dramáticamente el desempleo, el empleo informal y por tanto la baja de ingresos salariales.

En este sentido, es importante hacer referencia al turismo, específicamente al de sol y playa, no sólo como la actividad económica de hoteles de cierta cantidad de estrellas o en el caso de los restaurantes según sea la categoría (es decir, el número de tenedores); además de lo anterior, otro aspecto del turismo es que también parte de un modelo de carácter inmobiliario, en donde mediante la intervención del gobierno se expropián los terrenos de campesinos para venderlos a grandes inversionistas, en donde las consecuencias de estas decisiones son espacios y territorios con grandes influencias y modificaciones de las estructuras económicas, sociales, políticas, culturales y por supuesto también ambientales (Fonseca, 2009; Arnaiz & Dachary, 2004). Por lo tanto, afirma Coraggio (2005) que la pobreza en las regiones se debe al incremento del despido de empleados esto a causa de la pérdida de competitividad en sus establecimientos y también por el avance de nuevos propietarios, que en la mayoría de las ocasiones son extranjeros a los cuales las tierras se

les vende a bajos precios y que tienen la capacidad de invertir para competir en el mercado global.

El turismo es considerado como uno de los campos económicos más dinámicos, con una evolución continua, definida como la industria más rentable a finales del siglo XX (Alexandru, 2005); siendo cierto lo propuesto por Alexandru puesto que la rentabilidad del turismo es alta pero no para la región anfitriona sino para los grandes inversionistas dueños de las grandes empresas transnacionales las cuales todos los beneficios que acumulan no se ven reflejado en la región.

Entonces, argumentan Guisan & Aguayo (2001) que una política económica de desarrollo regional debe tomar en cuenta que todas las regiones sin una actividad turística importante u otras características especiales, necesitan una mejora en el desarrollo de los servicios públicos.

Siendo así, es aún más importante tomar en cuenta a la población de la región y es necesario escuchar cuál es la opinión acerca de la implementación del turismo como estrategia de su desarrollo; así como Valentin *et al.* (2006), describen cómo se debe dar el verdadero desarrollo económico de una región como resultado del desarrollo de las actividades turísticas, el cuál es posible sólo si en un determinado lapso de tiempo, las unidades de turismo emplean la mano de obra local, se consumen productos y los servicios de diversas industrias locales con el fin de modernizar las unidades de alojamiento, la alimentación pública y unidades de entretenimiento, etc.; ya que, si los bienes y los servicios se adquieren de otras regiones, no se puede hablar de un crecimiento de la industria local, ni de un desarrollo económico regional, como resultado del turismo.

### **1.3.1 Políticas públicas para impulsar el turismo.**

En 1960, en América Latina las investigaciones se centraron en el estudio de las políticas públicas debido a los cambios en la política y economía en el Estado, dichos estudios principalmente se enfocaron en la implementación de las decisiones, en la década de 1970 las opiniones desde la corriente estructuralista se intensifican, las cuales ponen en duda la capacidad de los Estados para la formulación de políticas públicas; siendo a inicios de 1990 cuando se presentaron grandes cambios tanto en la política como en la economía de América Latina, en lo político, “el giro se dio desde un modelo de democracia representativa hacia uno de democracia participativa” (Valencia & Álvarez, 2008, p.112); a partir de estos cambios, el Estado dio un poco de apertura a la voz del pueblo, es decir, se empezaron a escuchar las demandas y soluciones del pueblo y a propiciar la participación del mismo; pero ha sido poca la apertura, porque a pesar de que hay participación ciudadana normalmente no es tomada en cuenta y por otro lado, nuestros representantes y miembros de las diferentes cámaras no cumplen su función como representantes del pueblo, sino que al contrario buscan sus propios intereses y su protección; en cuanto a lo económico, se pasó de un modelo intervencionista, donde el Estado asumía un rol activo en la economía, a un modelo de desarrollo neoliberal, donde el Estado redujo su tamaño, es decir, su participación en la economía, pidiéndosele planeación y racionalización en sus acciones. Menciona Garcia (2002) que el objetivo del poder ejecutivo estatal es enriquecer el intercambio económico además de buscar posicionamiento mediante estrategias, planes de desarrollo, políticas públicas; es así, como las políticas de desarrollo económico regional tienen un enfoque teórico social y están basadas en el establecimiento de procesos

económico-industriales asistidos por programas políticos y sociales adecuados (Mercado, S.F.).

En el caso de México, una de las políticas estratégicas para impulsar el desarrollo regional ha sido el turismo como actividad económica. En México desde mediados del siglo pasado se ha prestado mayor atención al sector turismo, en el contexto de la Segunda Guerra Mundial donde comenzaba la tendencia del turismo masivo, Acapulco fue uno de los destinos favoritos entre los visitantes extranjeros (Propín & Sánchez-Crispín, 1998); en cuanto a la administración pública el Banco de México escudriñó hasta encontrar una estrategia para solucionar los problemas con respecto a la balanza de pagos y que a su vez impulsara el desarrollo regional; a finales de 1960 los polos de desarrollo representaban la posibilidad de estimular la economía de las zonas pobres del país, lo cual el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) apoyó facilitando los planes de impulso al turismo como herramienta para fomentar el crecimiento y desarrollo de estas zonas (Espinosa-Coria, 2013).

El turismo en México ha tenido un soporte peculiar por parte de las instituciones, así como también de recursos financieros directos, haciendo posible la expansión de la oferta turística y otras actividades que se relacionan indirectamente con ésta (Fonseca, 2009). El compromiso del turismo como estrategia para el mundo en desarrollo ha adquirido mayor interés de los gobiernos y de las organizaciones internacionales, ya que esta actividad ha presentado un enorme potencial para la atenuación de la pobreza en los países desarrollados. En este sentido menciona De Sicilia (2000), que la política turística de 1970 en México trajo como resultado un cambio en la estructura del espacio donde se desarrolla

el turismo debido a que se enfoca principalmente en el litoral del país, impulsando así al turismo como medio para el desarrollo regional; al ser el turismo es una practica útil de inserción de las economías menos desarrolladas al modelo mundial. (Fonseca, 2009).

Fue así como los economistas del Banco de México para la consolidación del desarrollo sustentable del país por medio del fomento del turismo nacional crearon el 28 de enero de 1974, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR); FONATUR ha sido primordial para la consolidación del turismo dentro de la economía del país como un sector activo, debido a su impacto en la generación de empleos y captación de divisas, propiciando a su vez el desarrollo regional; el trabajo desempeñado por FONATUR ha quedado plasmado en la creación y operación de los cinco Centros Turísticos Integralmente Planeados (CIP), que son: Cancún, Los Cabos, Ixtapa, Huatulco y Loreto (Gómez, 2008).

Los CIP han sido creados con la finalidad de levantar la economía local y regional, donde la participación del Estado es alta debido a que se encargan de la planeación y distribución de los mismos, además de la creación de infraestructura y otorgan facilidad de acceso e inversión a empresas transnacionales (García citado por De Sicilia, 2000).

En relación a la política pública del turismo Panosso & Lohmann (2012) la definen como:

La política pública del turismo es la orientación dada por el gobierno federal, estatal, municipal o regional al desarrollo de la actividad turística, una vez consultados los representantes del sector turístico y de la sociedad; (...) éstas deben usarse para inducir un desarrollo turístico con base en acciones programadas en el sector (...) mediante el establecimiento de directrices, estrategias y acciones básicas del sector. (p.75)

De la definición anterior es importante resaltar el aspecto fundamental para la implementación de una política pública que es la consulta con la sociedad, debido a que el Estado ha olvidado este actor fundamental para el desarrollo y ha impuesto programas o estrategias donde se ha obtenido como resultado la fragmentación de la sociedad, tal es el caso de la implementación del turismo en México como ejemplo se tiene Acapulco y localidades de Cancún, ya que por intentar “sacar del atraso” a espacios o regiones apuestan por el turismo de masas, pero ¿en realidad, el turismo puede sacarles de dicho atraso?.

En este sentido, Brenner (citado por Espinosa-Coria, 2013) afirma que se sobreestimó la rentabilidad de la industria turística, puesto que se esperaba que la generación de empleos reduciría las disparidades sociales y que los efectos multiplicadores traería consigo el tan buscado desarrollo, sin embargo, estos no fueron los resultados. Salas *et al.* (2012), asocian lo anterior a los cambios económicos, políticos y sociales del siglo XX que modificaron el proceso de elaboración de las políticas públicas, ya que protegen los intereses de otros países y no los del mismo país, es decir, los países desarrollados imponen a las políticas públicas de los países subdesarrollados un carácter activo, impredecible y de difícil control.

Respecto al turismo como política de desarrollo Pick *et al.* (2001) examinan el turismo en México, la función a largo plazo del gobierno federal mexicano en el desarrollo y la simulación de turismo, el grado de dependencia del turismo de México en los Estados Unidos y la extensión de las diferencias regionales en el turismo en México. El método que utilizan es el análisis de tendencia económica simple; los resultados obtenidos muestran que el turismo en México tiene una gran variedad de formas y está ligada a los procesos de la globalización, representando uno de los principales activos de México; los Centros

Turísticos Planificados se encuentran en los lugares de playa y surf en el sureste, sur y en Baja California Sur. Además encontraron que el crecimiento de las etnias mexicanas favorecen los flujos turísticos; concluyen con la importancia de estudiar los patrones de los turistas nacionales, los cuales se concentran en destinos tradicionales y de gran importancia cultural. Asimismo, observan que si México amplía su clase media, el turismo nacional será igual de importante que el extranjero.

En este sentido, queda en relieve que el diseñar estrategias de desarrollo requiere de la cooperación tanto pública como privada y de actores socioeconómicos, para así impulsar una gestión compartida de desarrollo económico que no sólo se basa en el sector público; de esta manera se permite la interacción entre estos actores y un avance hacia la democracia participativa, asegurando el incremento de las competencias, capacidades y recursos por parte de la región (Albuquerque, 2004). En el mismo tenor, Lipiezt (citado por González & Villa, 2002) destaca la necesidad de las fuerzas sociales, políticas, económicas y de la planeación del desarrollo regional, mediante propuestas de políticas regionales para la reducción de la desigualdad social.

Es así, que la falta de estudios, pueden ser una de las barreras para el crecimiento del turismo en el país, ya que para los formuladores y planificadores de políticas es difícil determinar cuál es la mejor política para gozar de los beneficios del turismo (Filho *et al.*, 2004); y que por la falta de información fiable sobre este sector, el discurso de todos aquellos sobre los que recae alguna responsabilidad en materia turística, -a diferentes niveles administrativos e institucionales-, coincide en señalar los buenos y optimistas resultados de este fenómeno de entre los cuales afirman que el turismo da empleo a

numerosas personas de la más diversa cualificación y que por más que este producto turístico cause crisis, el turismo masivo sigue en alza, el número de turistas no deja de crecer y de generar empleo (Andrés, 1998); ante este panorama, no resulta complicado justificar el por qué el turismo se ha convertido en la actividad económica más anhelada por los responsables municipales.

#### **1.4 Turismo y empleo.**

En la mayoría de los países, el turismo es considerado un sector que contribuye a aumentar la riqueza interna y a la creación de nuevos puestos de trabajo, dándole aún mayor impulso a actividades económicas tradicionales en declive (agricultura, ganadería, etc.); asimismo el turismo puede ayudar considerablemente a aumentar el PIB de un país y el empleo total, mientras que la reducción del desempleo se ve reflejada directamente en el ámbito regional (Becic & Crnjar, 2009).

El turismo es considerado como uno de los sectores económicos más dinámicos y como la industria más rentable para el final del siglo XX, en donde el mercado de trabajo del turismo ha sido reclamado como el número uno en el mundo, ya que proporciona más de 250 millones de personas al trabajo representando el 8% de la población activa del planeta, para el año 2005 se estableció que 340 millones de personas trabajarían en el turismo y que se invertiría 3.2 mil millones por concepto de turismo; si la tendencia actual del turismo continúa se convertirá en la primera industria de exportación (Alexandru, 2005).

Barbaza (citado por Santana 2003) hace referencia a tres modelos de desarrollo turístico, los cuales son el desarrollo espontáneo (el cual surge como resultado de la demanda del turismo de sol y playa, masivo, destructor del entorno, pero este modelo sí permite la continuidad de actividades tradicionales), el desarrollo planificado y localizado (este modelo se define en función de tres factores; extensión del territorio, tamaño de la población y naturaleza como atractivo o recurso turístico) y el último modelo es el desarrollo extensivo (se da a partir de la captación de inversión privada).

Mencionan Sinclair & Stabler (2002) que la importancia relativa y absoluta del turismo en el presupuesto de gastos de las personas ha aumentado de forma continua, con consecuencias no sólo para el bienestar de los propios turistas, sino que también para los residentes de las zonas que visitan; y que por lo tanto el gran número de turistas y la escala de su gasto tiene efectos considerables en los ingresos, el empleo, los ingresos del gobierno, la balanza de pagos, el ambiente y la cultura de las zonas del destino; en donde una caída de la demanda turística puede traer consigo disminución de los niveles de vida y además se eleva el desempleo, mientras que del aumento de la demanda puede resultar un aumento del empleo, los ingresos, la producción y/o la inflación y puede poner en peligro la calidad del medio ambiente y la sostenibilidad.

Por lo tanto, se puede concluir que las variaciones de la demanda turística afectan a todos los sectores de una economía, personas y los hogares, las empresas privadas y el sector público del destino. Sin embargo, menciona Toader (2011) que el beneficio más importante del desarrollo turístico es la creación de empleos, ya que no es posible tener un desarrollo turístico sin la generación de nuevos empleos. En este sentido Bosch *et al.* (2004, p.34),

definen la generación de empleo como: “la capacidad que tiene la actividad turística para creación de nuevos empleos en un destino o centro turístico”. Mientras tanto, para Quijano (citado por Arroyo & Gutiérrez, 2006) el empleo turístico es: “toda actividad humana libre, ya sea material o intelectual, que una persona ejecuta permanente y conscientemente al servicio de otra” (p. 138).

De hecho, menciona Veleda (2003) que el trabajo puede expresarse en diferentes formas de empleo, como los empleos formales, en el cual el trabajador es remunerado y esta bajo un contrato; mientras que el empleo informal que forma parte de la economía informal, es decir, pueden ser empleados ilegales, desprotegidos, sin sindicalización, sin remuneración de las vacaciones, sin seguro de desempleo, entre otros.

En relación a lo anterior, las características del empleo turístico se pueden abordar desde las siguientes perspectivas que Cheong (2009) proporciona:

- 1) *Accesibilidad*, las industrias relacionadas con el turismo tienden a contratar trabajadores con gran variedad de habilidades, las cualificaciones laborales son más sociales que técnicas, es decir, los empleados deben saber como tratar a los clientes;
- 2) *Flexibilidad*, el análisis de productividad se expresa como un modelo de insumo-producto, pero en el turismo la demanda tiende a ser bastante volátil por lo que los insumos para la producción, como el trabajo requeriría un mayor grado de flexibilidad debido a su sensibilidad a las variaciones estacionales y períodos de la demanda;

3) *Remuneración y condiciones de trabajo*, el empleo en los establecimientos de hospedaje y restaurantes es considerado como poco atractivo, con bajos salarios y con horarios fuera de lo normal;

4) *Movilidad*, existen diferentes tipos, tales como, movilidad laboral, de ocupación, entre la industria y la movilidad geográfica (se refiere a la importación de trabajadores extranjeros), los trabajadores equipados con habilidades relativamente bajas, son más fácilmente transferibles;

5) *Tamaño de la empresa*, el sector turístico está formado en gran parte de las pequeñas y medianas empresas, las cuales se enfrentan a diversos problemas, por ejemplo, de financiación, falta de información de las instituciones financieras, empresarios (en su mayoría) sin experiencia, entre otros.

En este sentido, Mathienson & Wall (citado por Barrón & Castro, 2015, p.47) identifican tres tipos de empleos generados por la actividad turística, los cuales son:

a) Directos, resultado de los ingresos generados por la prestación de servicios turísticos básicos y complementarios del turismo; b) Indirectos, conformado por los puestos de trabajo generados en actividades de los proveedores de servicios básicos y complementarios; y c) Inducidos, se generan como consecuencia del efecto multiplicador del gasto turístico en el centro receptor, que es realizado por los trabajadores del sector.

Haciendo referencia al empleo directo, Arroyo & Gutiérrez (2006) lo definen como el trabajo que se genera en empresas de servicios que están en contacto directo con el turista;

servicios tales como, los servicios de hoteles, tiendas de recuerdos, guía de turistas, servicios de transporte especiales, entre otros (Ajala, 2008).

Sin embargo, Becerra (2009) afirma la existencia de una cuarta categoría, la cual denomina empleos temporales y los define como: “aquellos generados durante la construcción de infraestructura del destino” (p.76). Ante esto Santana (2003) hace referencia al turismo como un sector que genera empleos estacionales durante temporada alta de la actividad, es decir, los meses que arriban mayor cantidad de turistas, sin embargo, estos empleos requieren personal de baja cualificación.

En relación a la estacionalidad que afecta a la generación de nuevos empleos Butler (citado por Panosso & Lohmann, 2012) afirma que la estacionalidad es: “Un desequilibrio temporal que puede expresarse en términos del número de visitantes, del tráfico en las calles y las diversas formas de transporte, en los empleos y en las entradas a atracciones turística” (p.268).

La estacionalidad del turismo menciona Martínez (S.F. a) es propiciada por: “La demanda, sus gustos, sus hábitos y su capacidad de generar flujos en determinadas épocas del año, pero también la oferta tiene un papel importante, ya que a lo largo de los años, se ha ido amoldando a ella” (p.15). Además la estacionalidad frecuentemente es fruto de los cambios del clima producidos en temporadas durante el año, en un destino de sol y playa y de veranos cálidos es muy probable que la demanda será marcadamente estacional (Cooper, 2007).

Por ejemplo, muchos establecimientos de alojamiento especializados en el turismo de sol y playa, cierran sus puertas en la temporada baja, sin preocuparse de aquel segmento que

huye del turismo masificado, e imposibilitando así, un cambio en su comportamiento estacional (Martínez, S.F. a).

En la situación de empleo de los destinos turísticos, la estacionalidad influye dependiendo el tipo de turismo (ya que cada uno presenta su estacionalidad tanto alta como baja) representando problemas ya que se traslada como requisito a la mano de obra, lo que provoca que continúe la tendencia hacia la inestabilidad; por lo tanto esta estacionalidad y la fluctuación de la demanda provoca que las empresas que concentran la demanda más estable genera mejores empleos estables (Santana, 2003).

El turismo ha representado “crecimiento económico” y “generación de nuevos empleos”; sin embargo, así como existen casos exitosos hay casos de fracaso, en donde la meta principal, el “desarrollo regional” no se ha logrado y por el contrario, ha traído consigo problemas que obstaculizan dicho desarrollo (Becic & Crnjar, 2009); sin embargo, el crecimiento económico suele asociarse al crecimiento del empleo, y a través de éste, el acceso a un bienestar mayor de todos los sujetos que componen una sociedad, pero el crecimiento económico es una abstracción que no tiene que ver con el bienestar de las personas, sino con la cantidad de bienes y servicios producidos en una sociedad; por esto es importante entender y señalar que el crecimiento no es igual que el desarrollo, el crecimiento puede darse sin desarrollo, y hace referencia principalmente al aspecto económico, mientras que el desarrollo contempla la dimensión social y económica; el turismo se ha impulsado para incentivar y promover el desarrollo regional, sin embargo, los resultados se enfocan sólo al crecimiento económico.

Un ejemplo del planteamiento anterior es el estudio realizado por Kadiyali & Kosová

(2012), en el cual se evalúan los impactos del turismo en 43 áreas de Estados Unidos, partiendo de la ocupación hotelera y actividades complementarias a la actividad turística, mediante métodos de panel de datos el resultado obtenido fue que por cada 100 habitaciones vendidas se generaban de 2 a 5 empleos.

Entonces, basándose en el estudio de Kadiyali & Kosová (2012) ¿es cierto que el turismo genera una gran cantidad de empleos? Y ¿con esta cantidad de empleos se pretende que el turismo impulse el desarrollo regional?; es decir, el reto es saber dar impulso al turismo, de manera que todos los involucrados puedan obtener un beneficio y que generen su propio desarrollo.

#### **1.4.1 Especialización y productividad del sector turístico.**

La primera vez que se hizo referencia al concepto de productividad menciona Martínez (S.F.b) que fue: “por Sumanth en 1766 en la obra de Quesnay, quien afirmó que la regla de conducta fundamental es conseguir la mayor satisfacción con el menor gasto o fatiga” (p. 3). Es decir, la productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios. Así pues, Levitan & Werneke (1984) definen la productividad como una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos y denota la eficiencia con la cual los recursos (humanos, capital, conocimientos, energía, etc.) son usados para producir bienes y servicios en el mercado.

El énfasis en la productividad es crucial, ya que implica que las empresas no tienen que depender de la reducción de costes y la contención salarial como el único medio de

aumentar la competitividad. Por el contrario, el aumento de la calidad y cantidad de la producción se puede lograr elevando las habilidades de los trabajadores, el nivel de capital por trabajador, la tecnología y la innovación (Blake *et al.*, 2006).

Además se puede estudiar la productividad desde las actividades de un sector, es decir, cuáles actividades de determinado sector producen más con menos empleados, así mismo, se puede analizar la movilidad ocupacional y proyectar los requerimientos de empleados futuros. La productividad se refiere a la eficiencia con la que se utilizan los recursos, relacionando la cantidad de insumos, como el empleo de mano de obra y el capital al producto (Barrón-Arreola & Madera-Pacheco, 2010).

En la industria del turismo, el análisis de la productividad del trabajo proporciona información importante sobre el desempeño del sector y la eficiencia del trabajo. La productividad del trabajo es una variable importante en la economía, ya que a partir de ésta se establecen políticas salariales. La productividad aparente del trabajo en el sector de restaurantes y alojamiento se determina como la relación entre el valor añadido y el número de empleos (Surugiu, 2010).

En un país, el nivel de vida está determinado por la productividad de su economía, que se mide mediante el valor de los bienes y servicios (productos) producidos por la unidad de capital humano y recursos físicos. Siendo así, la productividad define la competitividad y es importante tener en cuenta que el concepto de productividad debe abarcar tanto el valor (precio) que los productos de una nación toman en el mercado y la eficiencia con la que se producen las unidades estándar (Porter, 2000). Guisan & Aguayo (2001) mencionan la importancia de las políticas públicas, ya que están orientadas a aumentar la productividad

por trabajador y que ha implicado una reducción en las tasas de empleo; por lo tanto proponen que las políticas públicas deberían estar dirigidas a aumentar la producción por habitante.

Entonces, la productividad del trabajo es una relación entre la producción y el personal ocupado, reflejando así, qué tan bien se están utilizando los empleados en el proceso productivo.

En el turismo, como en otros sectores de la economía, la productividad se refiere a la eficiencia con que se utilizan los recursos, al relacionar la cantidad de insumos, como el empleo de mano de obra y el capital, a los productos. Puede cuantificarse utilizando tres medidas principales: la primera es la producción por trabajador, la segunda es la producción por hora de trabajo, la tercera se denomina la productividad total de los factores y mide la producción por unidad de insumos. La producción por trabajador se utiliza a menudo como medida principal, ya que es fácil de cuantificar, debido a que la salida de datos en total y el empleo están disponibles y se pueden vincular con el objetivo de aumentar el crecimiento del producto total (Blake *et al.*, 2006).

En este sentido, en cuanto a la productividad y el turismo, es importante no olvidar que los servicios se caracterizan por ser "intangibles", en donde la producción y el consumo de servicios se lleva a cabo de forma simultánea, es decir, los consumidores y los proveedores de servicios interactúan; por otra parte, los sectores de servicios consisten principalmente en las pequeñas empresas que no son capaces de aprovechar las economías de escala y por lo tanto, tienen poco potencial; pero en cuanto a los servicios relacionados con las empresas de transporte o comercio que forman parte del sector turístico se considera que

son más productivas, ya que contribuyen a la producción o distribución de bienes; pero en general, el nivel de productividad en el turismo es bastante baja, sobre todo porque el sector turístico se diferencia de otros productos en que no puede ser examinada antes de la compra, no se puede almacenar y consiste en un elemento de viaje; pero este sector tiene una gran cantidad de avance y encadenamientos hacia atrás, con un potencial grande e intensiva para multiplicadores y efectos indirectos en el resto de la economía incluyendo la agricultura y el sector manufacturero, así como servicios de la banca y los seguros, el comercio al por menor o servicios del sector público (Benkovic & Mejía, 2008).

Es así, como la productividad del trabajo en el turismo tiene un papel abrumador actuando como colaborador de la competitividad empresarial. Una baja tasa de productividad puede crear algunos riesgos en el negocio del turismo, ya que no disponen de recursos suficientes para bajar los precios y seguir siendo competitivos, especialmente cuando se enfrentan a una fuerte competencia (Surugiu, 2010).

En un estudio realizado por Blake *et al.* (2006) se analizan las formas en las que la productividad de las empresas turísticas se puede aumentar mediante el estudio de las funciones de los cambios en el capital físico, el capital humano, la innovación, y el entorno competitivo. La obtención de datos fue por medio de entrevistas y mediante encuestas a negocios, analizados con modelos de equilibrio general. Los resultados demuestran la contribución positiva que cada uno de los factores que intervienen en la productividad pueden hacer para mejorar la eficiencia y el bienestar, incrementa notablemente en capital humano y la innovación. También indican que una estrategia combinada que incorpora todos los factores de la producción es más eficaz que las políticas formuladas de forma

independiente. Las organizaciones gubernamentales pueden colaborar para ayudar a los aumentos de la productividad, con medidas adaptadas específicamente para las pequeñas empresas.

Es decir, el crecimiento total de la productividad reduce los precios que pagan los turistas, por lo que algunos de los beneficios del factor de crecimiento son aprovechados por los turistas extranjeros; todo aumento de productividad contribuirá a aumentar la eficiencia y el bienestar de la empresa, lo que trae consigo mayores beneficios para las familias involucradas e incluso propicia desarrollo.

Por otro lado, en cuanto a la especialización del empleo turístico, también puede ser abordada desde los empleos que se generan para así identificar en cuales actividades relacionadas al sector turístico se concentra la mayor parte de estos empleos; en el caso de Fernández *et al.* (2011) abordan la especialización turística partiendo de los países en los que el turismo está más desarrollado.

En las actividades turísticas menciona Vera (citado en Bensey, 2006, p.103) que:

El acondicionamiento del espacio litoral genera una transformación territorial, social y económica, en donde las actividades tradicionales ceden lugar a los modelos que impone el turismo, acelerando el proceso de urbanización y por tanto se configura la especialización del espacio litoral; se modifica el uso del suelo y la actividad urbano-turística se convierte en un factor dinamizador de la economía local, quedando condicionada por la disponibilidad de suelo, el desarrollo de infraestructura y las oportunidades que ofrece el mercado.

Ante estos cambios, el factor trabajo es de vital importancia debido a que unas empresas

dependiendo de sus características y el servicio que ofrezcan van a requerir mano de obra, sin embargo, existirán algunas empresas turísticas que concentren más empleados que otras para su buen funcionamiento.

En el caso de México, en un estudio elaborado por Barrón *et al.* (2014), se encontró que para los servicios de hospedaje en 2008 el tamaño medio de la empresa (TME) es de 18.60 empleados en las pequeñas empresas, cabe mencionar que las empresas grandes son minoría, sin embargo, concentran el 51% de la generación de empleos; en cuanto a los establecimientos de alimentos y bebidas para el mismo año, en donde el 81% de estos establecimientos son pequeñas empresas el TME es de 25.72 empleados; así mismo, los establecimientos de servicios turísticos de relajación o salud (clínicas de belleza, spa, masajes, entre otros), que en su mayoría son microempresas (80%) generan el 40% de los empleos aproximadamente; estos resultados indican que a mayor requerimiento de infraestructura de una empresa, mayor es el número de puestos de trabajo que genera.

Por lo tanto, es cuestionable hasta qué punto el sector turístico es capaz de estimular el crecimiento económico de una región y si además este crecimiento será dinámico ¿Cuáles son las principales actividades turísticas con mayor especialización y productividad? ¿Estas empresas que impacto tienen en el desarrollo regional?

#### **1.4.2 Las Mipymes en el turismo.**

Uno de los avances más notables en la política turística a nivel internacional en las últimas dos décadas ha sido el interés puesto en el comportamiento de las pequeñas empresas. Estas

empresas han sido vistas por los responsables políticos como la sangre vital económica del sector y, al mismo tiempo, pero paradójicamente, como los rezagados que impiden la innovación y el crecimiento (Thomas *et al.*, 2011).

La situación de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) afirma Boisier (2007, p. 167-168) que:

Tanto en el plano nacional, pero especialmente en el plano local (regional) no ha sido suficientemente estudiada como para justificar una referencia apenas marginal en esta oportunidad. El hecho más significativo es por supuesto la contribución de este estrato de tamaño organizacional a la generación de empleo neto, dada la racionalidad competitiva de la gran empresa, basada en la productividad y no en el empleo.

Debido a que estas últimas buscan producir enormes cantidades con la menor cantidad de empleados posibles, para disminuir los gastos por salarios. Es por esto, que las Mipymes vienen a levantar la economía nacional debido a que los empleos generados por estas empresas impactan de manera directa en las regiones (Boisier, 2007). Contrario a lo anterior Santana (2003) enfatiza los obstáculos a los que se enfrentan las Mipymes tales como, ganancias nulas, gastos altos, derivados de la competencia desleal con empresas más grandes o empresas extranjeras, lo que ocasiona que las empresas locales se estanquen.

En este sentido, Storey (citado por Thomas 2000) sugiere que existen diferencias fundamentales entre las pequeñas y grandes empresas; su proposición es que las empresas de menor tamaño tienden a enfrentar la incertidumbre en términos de mercado como

consecuencia de una base de cliente limitada, sin embargo, se elimina la posibilidad de conflicto interno entre accionistas y directivos.

Además, los criterios de competitividad establecidos por organizaciones internacionales que sólo aprueban las grandes cadenas de servicios internacionales (o de gran inversión), provocan exclusión de las Micro y Pequeñas Empresas (Mipymes) regionales dejándolas fuera de cualquier oportunidad o beneficio aportado por estas organizaciones (Fonseca, 2009).

Al ser el turismo una industria compleja, puede ser gestionado por unidades económicas pequeñas y cubriendo una variedad de diferentes servicios. Afirma Becerra (2009) que generalmente estas empresas son de carácter familiar, por lo que al expandirse el turismo, los ingresos llegan a la población rápidamente; en este sentido, menciona Aykac (citado por Barrón *et. al.*, 2014) que la propiedad familiar también puede ser factor de informalidad, ya sea a partir del trabajo no remunerado. Pero además el carácter local influye de manera decisiva en la posibilidad de que estas empresas no puedan ofrecer mejores condiciones laborales y, afirma Santana (2003) que: “Esto se debe a que la división del trabajo entre empresas puede hacer que cuando el desarrollo turístico se basa en la implantación en una localidad de empresas provenientes de fuera, las empresas locales tienden a estancarse y las tareas más cualificadas son para las grandes empresas que generalmente son de los países desarrollados”(p.66).

Es decir, en las grandes empresas la situación del empleo es mejor y se llega a considerar que el incremento de las pequeñas y medianas empresas puede empeorar de manera global las condiciones de empleo, debido a que el empleo que generan las Mipymes esta dentro de

la economía informal; lo cual significa, que las condiciones de desarrollo que siguen un modelo donde predominan las pequeñas y medianas empresas serán distintas al de aquellas regiones donde el desarrollo esté basado en las grandes empresas, es decir, el empleo y las condiciones de empleo varían según el tamaño de la empresa, encontrando las peores condiciones en las empresas pequeñas (Harrison, citado por Santana, 2003). Pero hoy en día también es importante la posición de la empresa en el mercado ya que las transnacionales se han integrado en procesos del “todo incluido”, en donde el turista reserva sus vacaciones en una agencia de viajes que pertenece a un gran consorcio, viaja en un avión de alguna aerolínea privada y se hospeda en un hotel de alguna cadena internacional y que además al llegar al lugar de destino el turista no consume nada fuera del hotel donde se hospeda ya que encuentra “todo” dentro de él, por lo tanto las empresas locales que en su mayoría son pequeñas quedan excluidas de este proceso turístico, caracterizado por el turismo de sol y playa.

En este sentido, Santana (2003) presta atención a los conglomerados de tour-operadores, afirma que: “Han pasado a adquirir también líneas aéreas, cadenas de agencias de viajes o empresas hoteleras, de manera que en la actualidad el mercado turístico se configura como un típico mercado *fordista*, en el que unas pocas empresas dominan el mercado” (p.49); por esto es que afirma que la economía de un país no se debe basar en las pequeñas empresas.

Contrario a lo anterior, Albuquerque (2004) considera que:

“Una cuestión crucial para impulsar el desarrollo económico local es la construcción de una oferta apropiada de servicios de desarrollo empresarial para microempresas y pequeñas empresas: servicios de información tecnológica y de

mercados, innovación de productos y procesos productivos ... No obstante, tales servicios son siempre de difícil acceso para las estas” (p. 165)

Sin embargo, ahora es ampliamente reconocido, por ejemplo, que la mayor parte de las pequeñas empresas de turismo no aspiran a crecer y, a menudo están motivadas por factores no financieros; asimismo, menos del 15% de las pequeñas empresas empezó su negocio como un medio para maximizar sus ingresos (Thomas, 2000).

Además, es importante hacer mención de la interferencia entre mercado del turismo y el mercado de bienes, que están determinadas por el carácter del producto turístico complejo que es en realidad una combinación de servicios y mercancías, en donde, durante el viaje desde el lugar de residencia hacia los destinos el turista a lo largo de la estancia y durante el viaje de regreso consume bienes y servicios complementarios a los servicios turísticos; estas relaciones de complementariedad son debido a que las necesidades de los consumidores no pueden ser satisfechas por la misma empresa, puesto que los turistas consumen juntos diferentes beneficios (Alexandru, 2005); pero esto se da mayormente con el turismo nacional que se traslada en coche o en autobús y que está en disposición de hacer consumo en empresas pequeñas o simplemente porque desde su traslado al destino le surgen ciertas necesidades tales como hacer consumo en la gasolinera, farmacia, tienda de abarrotes, entre otros, y que estas empresas se considera que vienen a complementar el sector turístico las cuales son denominados bienes o servicios conexos, ya que estos pueden ser consumidos tanto por turistas como por la población local.

Es evidente también que, a pesar de la importancia relativa de las pequeñas empresas de turismo en términos de empleo podría estar disminuyendo; por esto, se necesitan más

investigaciones que presten especial atención a la comprensión del comportamiento y la dinámica de este tipo de empresas en el sector turístico (Thomas, 2000).

## CAPÍTULO II.- EL TURISMO EN BUCERÍAS, BAHÍA DE BANDERAS

### 2.1 Municipio de Bahía de Banderas.

El municipio de Bahía de Banderas (Imagen 1), localizado en la costa sur del estado de Nayarit, fue creado por decreto de la Presidencia de la República el 18 de noviembre de 1970, con el objetivo de desarrollar un Centro Integralmente Planeado (CIP) dando origen al Fideicomiso de Bahía de Banderas, como estrategia de desarrollo turístico que fomentara la instalación de empresas hoteleras acorde con las ventajas naturales del municipio (Merchand, 2012).

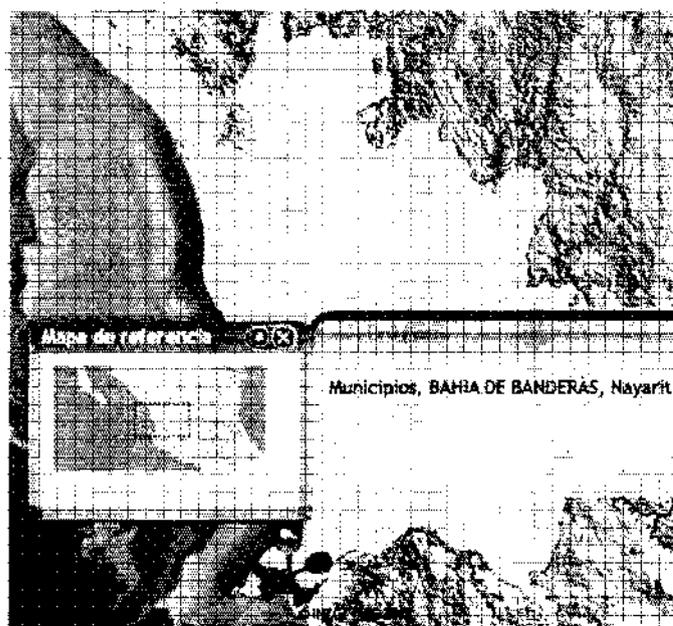


Imagen 1. Bahía de Banderas- Bucerías

Fuente: INEGI (2012)

En el artículo sexto del decreto presidencial se declara de utilidad pública el desarrollo habitacional y turístico en los terrenos que circundan la Bahía de Banderas ubicados en las

costas de los estados de Nayarit y Jalisco y el mejoramiento de los centros de población de Nuevo Vallarta, Jarretaderas, Bucerías, Cruz de Huanacastle, Higuera Blanca, Sayulita, Peñita de Jaltemba, Las Varas y El Capomo, los cuales se dotaron con los mejores servicios y vías de comunicación de tal modo que se prevé que se consolide, en los años por venir, como un destino moderno y altamente competitivo en el Pacífico mexicano (Merchand, 2012).

En el Censo de Población y Vivienda 2010 se observa que Bahía de Banderas cuenta con una población de 124,205 habitantes (INEGI, 2010), y durante el período del 2000 al 2010 este municipio ha tenido una tasa de crecimiento poblacional anual del 7.58% a lo largo de estos diez años; mientras que la tasa de crecimiento anual del estado de Nayarit es de 1.66% para el mismo período (Véase Cuadro I).

Cuadro I. Dinámica demográfica de Bahía de Banderas y tasa promedio anual de crecimiento poblacional.

Entidad/Municipio	Habitantes				
	1990	1995	2000	2005	2010
<b>Nayarit</b>	824,643	896,702	920,185	949,684	1,084,979
<b>Bahía de Banderas</b>	39,831	47,077	59,808	83,739	124,205
Entidad/Municipio	Tasas de crecimiento				
	1990-1995	1995-2000	2000-2005	2005-2010	
<b>Nayarit</b>	1.69%	0.52%	0.63%	2.7%	
<b>Bahía de Banderas</b>	3.40%	4.90%	6.69%	8.20%	
Fuente: Elaboración propia con información de los Censos y Conteos Económicos, INEGI (1990,1995,2005,2010)					

Se puede deducir que el crecimiento poblacional del municipio es ocasionado por el crecimiento económico de la región, generado por la actividad turística impulsada en los

últimos años, representando una región atractiva para los migrantes significando fuente de empleos. La población de Bahía de Banderas en 1970 era de 2,876 habitantes (INEGI, 1970), en ese mismo año el entonces presidente Luis Echeverría impulsó el desarrollo de las playas más importantes del municipio, lo cual, promovió la apertura del primer hotel en la localidad de Bucerías (Arnaiz & Dachary, 2004); en 1980, el municipio contaba con 5,404 habitantes (INEGI, 1980); y para 1990 representaba el 4.83% de la población total de Nayarit mientras que en el 2010 representa el 11.44%. En este sentido, menciona Fernández (2011), que de 1993 a 2008 la construcción de hoteles en el municipio creció a una tasa promedio anual de 5%. Además, la Secretaría de Turismo (federal) y el FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo) valoran que para Puerto Vallarta y Bahía de Banderas de 2007 a 2015 se invertirán alrededor de 485.10 millones de dólares, dicha inversión se verá reflejada principalmente en infraestructura turística (Merchand, 2012).

### **2.1.1 Población Económicamente Activa y Actividades Económicas.**

En cuanto a la población económicamente activa (PEA) del municipio en el año 2010 representa el 54.7% de la población (Véase Cuadro II); los principales sectores de ocupación son el comercio, la construcción y los servicios, dentro de estos últimos, la actividad turística juega un papel preponderante, siguiendo en importancia las actividades agropecuarias, de pesca y manufactureras (H.VIII Ayuntamiento 2011-2014).

En lo que respecta a las actividades económicas, el decrecimiento paulatino del sector agrícola y el aumento progresivo de la industria turística en el municipio en las dos últimas décadas ha sido notorio, no obstante, existen otros rubros, tales como, generación de empleo, ingresos e inversión, donde el turismo ha ganado terreno a la agricultura y ha

desplazado a ésta como la actividad principal de Bahía de Banderas (Fernández, 2011).

Cuadro II. Porcentaje de PEA ocupada por sector en Nayarit en 2010.

Estado/ Municipio	Población ocupada	Primario	Secundario	Comercio	Servicios	No especificado
Bahía de Banderas	55,011	4.64%	20.32%	17.37%	56.64%	1.03%
Nayarit	415,518	19.32%	17.54%	18.50%	43.59%	1.04%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Anuario de estadísticas por entidad federativa (INEGI, 2011)

En este sentido, Andradre *et al.* (citados por Chávez *et al.*, S.F., p.26) afirman que:

La pesca en el municipio ha disminuido por diversas causas, las principales son que el pescador ya no dedica su tiempo sólo a la pesca, sino que realiza actividades turísticas y por otra parte el desplazamiento de las cooperativas pesqueras por infraestructura turística. Los impactos del turismo en las cooperativas pesqueras en la región son: diversificación del mercado, impacto en el paisaje cultural 40% modificado, 40% en transición y 20% poco alterado; desplazamiento del sector primario como actividad dominante e inserción de pescadores al sector terciario.

### 2.1.2 Turismo en el municipio.

Bahía de Banderas se distingue por su homogeneidad interna (sol y playa), además de formar parte del corredor San Blas-Vallarta promovido por el gobierno del estado, creció de forma desordenada sin ninguna planeación de zonas especializadas por actividad, lo cual en la actualidad es notorio en la distribución espacial que coloca en un mismo plano a actividades tanto industriales como turísticas (Arnaiz & Dachary, 2004).

Entre todas las localidades que integran el municipio de Bahía de Banderas anteriormente señaladas, De la Tejera & López (2009, p.63) mencionan que:

Conjuntan una enorme y variada gama de atractivos turísticos, como: sol y playa, con hoteles en plan europeo o de Todo Incluido de lujo; ecoturismo: buceo, snorkel, avistamiento de ballenas, nado con delfines y recorrido por manglares; turismo de aventura: surf, tirolesa y expediciones; turismo cultural: gastronomía, alberga a cuatro grupos étnicos, tradiciones populares, folclor y artesanías; y actividades de turismo premium, como golf, pesca, marina, veleo y spas, por mencionar sólo algunos.

Bahía de Banderas concentra una aglomeración de empresas que se ubican en una zona turística exclusiva, es el municipio en Nayarit que posee mayor infraestructura turística (Véase Cuadro III), tiene alrededor de 12,284 cuartos de hotel y condominios y es visitado por más de 2'352,963 turistas al año (H.VIII Ayuntamiento 2011-2014).

Cuadro III. Evolución de cuartos de hospedaje en Bahía de Banderas 1992-2013.

Año	Clase especial	Gran turismo	5*	4*	3*	2*	1*	Otros	Total
1992	1067	350	294	0	45	44	32	253	2,085
1995	1020		1,139	30	45	44		446	2,724
2000		140	2,829	769	189	234	180	249	4,590
2004			3,904	657	257	158	91	1,891	6,958
2005			6,175	154	114	191	67	5,184	11,885
2009			7,758	891	321	219	159	7,819	17,167
2010			8,535	891	321	219	159	7,819	17,944
2011			9,553	793	496	205	90	6,737	17,874
2013			10,005	793	496	205	90	6,737	18,326

Fuente: Anuario Estadístico de Nayarit (INEGI) 1993-2014

El número de cuartos de hotel en el municipio tuvo una tasa de crecimiento promedio anual de 11.94% en el período de 1994-2011, sin embargo, del año 2010 al 2011 hubo un decremento del número de cuartos de hotel que pudo haber sido ocasionado por la Pandemia H1N1, el cual afectó a todo el país.

Cuadro IV. Afluencia de turistas a la costa sur 1980-1997.

Año	Total	Nacionales	Extranjeros
1980	396,855	378,954	17,901
1985	537,622	515,500	22,122
1990	923,196	836,124	87,072
1995	1'348,297	1'113,317	234,980
1996	1'245,738	920,399	325,339
1997	1'583,008	1'139,766	443,242

Fuente: Castro & López (2010).

Respecto a la afluencia turística en Bahía de Banderas desde 1980 a 1997 estuvo creciendo 8.47% año con año como se observa en el Cuadro IV; en cuanto a los turistas nacionales la tasa de crecimiento anual fue de 6.69%, mientras que para los turistas extranjeros incrementaron su afluencia en un 20%.

Cuadro V. Llegada de turistas a Bahía de Banderas y número de pernотaciones en el período 2001-2007.

Concepto	Años					
	2001	2002	2003	2004	2006	2007
Total de llegadas de turistas	637,683	871,926	1'197,086	1'155,468	957,064	1'117,452
Llegada de turistas nacionales	410,952	488,312	762,267	547,989	489,621	652,697
Llegada de turistas extranjeros	226,730	383,614	434,818	607,479	467,443	464,755
Total de noches	3'143,921	4'012,899	4'565,017	4'889,728	3'687,140	3'448,985
Turistas nacionales	1'438,347	1'763,523	1'936,520	1'626,833	1'491,656	1'402,708
Turistas extranjeros	1'705,574	2'249,375	2'628,497	3'262,895	2'195,483	2'046,277

Fuente: Anuario estadístico del estado de Nayarit (INEGI, 2002-2008)

En lo que respecta al período 2001-2007 las llegadas de turistas en el municipio de Bahía de Banderas crecieron a una tasa de 9.80% anual, de las cuales, las de turistas nacionales crecieron a una tasa anual de 8.01%, mientras que la de turistas extranjeros creció a una tasa de 12.70% anual para el mismo período (Véase Cuadro V).

Cuadro VI. Comportamiento del turismo en el período 2008-2014 en Nuevo Vallarta.

Concepto	Años						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Total de llegada de turistas</b>	751,770	625,454	721,600	718,503	858 672	1,121,918	1,163,059
<b>Residentes en el país</b>	337,128	364,086	421,590	483,715	600,559	774,035	729,309
<b>No residentes en el país</b>	414,642	261,368	300,010	234,788	258,113	347,883	433,750
<b>Total de noches</b>	3,332,178	2,670,613	3,712,000	3,592,146	4,109,120	4,875,069	5,336,012
<b>Residentes en el país</b>	1,103,960	1,434,802	1,987,199	2,252,370	2,544,231	2,753,750	2,632,555
<b>No residentes en el país</b>	2,228,218	1,235,811	1,724,801	1,339,776	1,564,889	2,121,319	2,703,457
<b>Estadía Promedio Total</b>	4.43	4.26	5.1	5	4.8	4.3	4.6
<b>Residentes en el país</b>	3.27	3.94	4.7	4.7	4.2	3.6	3.6
<b>No residentes en el país</b>	5.37	4.72	5.7	5.7	6.1	6.1	6.2
<b>Promedio Total de Ocupación Hotelera</b>	71.47	59.82	65.5	62.5	64.5	67.6	72.9
<b>Residentes en el país</b>	20.8	29.9	32	36.5	36	33.1	30.8
<b>No residentes en el país</b>	50.66	29.91	33.5	26	28.6	34.5	42.1
Fuente: Anuario estadístico del estado de Nayarit (INEGI, 2009-2015).							

En cuanto al número de noches pernoctadas en 2007 por un turista nacional fue de 2.14 noches, sin embargo, el turista extranjero se hospedaba 4.40 noches, por cada visita al municipio.

El comportamiento del turista en Bahía de Banderas (Cuadro VI) durante el año 2014 fue el 65% nacional y el 35% restante turistas extranjeros, donde la estadía promedio fue de 3 y 6 noches pernoctadas respectivamente y el promedio total de la ocupación hotelera fue del 72.9%; sin embargo, cabe mencionar que los datos se encontraron por centro turístico, en este caso Nuevo Vallarta que corresponde a Bahía de Banderas, las llegadas de turistas del 2008 al 2014 crecieron a una tasa promedio anual del 7.54%.

En Bahía de Banderas el número de cuartos de categoría cinco estrellas ha tenido una tasa de crecimiento anual de 11.69%, en cuanto a los cuartos de categoría cuatro estrellas la tasa de crecimiento es de 0.27% anual y para la categoría de tres estrellas el crecimiento año con año ha sido de 9.16%, esto en el período de 2000-2011; sin embargo, en el caso de los cuartos de categoría de dos y una estrella se ha tenido un decremento en este mismo período (Cuadro VII).

Cuadro VII. Evolución de cuartos de hospedaje por categoría en Bahía de Banderas.

Año	Total	Clase especial	Gran turismo	5*	4*	3*	2*	1*	Otros
1992	2,085	1,067	350	294	0	45	44	32	253
1995	2,724	1,020		1,139	30	45	44		446
2000	4,590		140	2,829	769	189	234	180	249
2005	11,885			6,175	154	114	191	67	5,184
2010	17,944			8,535	891	321	219	159	7,819
2011	17,874			9,553	793	496	205	90	6,737

Fuente: Anuario estadístico del estado de Nayarit (INEGI, 1993-2012).

El predominio de los cuartos de cuatro y cinco estrellas se debe a que el gobierno ha dado más impulso a la inversión extranjera, propiciando la acelerada construcción de grandes cadenas hoteleras, pero el apoyo a las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (Mipymes) ha sido mínimo e incluso para algunas de estas empresas debido a los escasos programas de apoyo y falta de oportunidades e inversión los ha llevado a tomar la decisión de cerrar de manera definitiva.

Desde el 2000 hasta el 2013 en Bahía de Banderas en cuanto a los cuartos de hospedaje han predominado los de cinco estrellas, en 2013 el municipio contaba con el 65% de la oferta de cuartos del estado de Nayarit (Cuadro VIII), en donde el 54% de los cuartos ofertados en el municipio pertenecen a la categoría de cinco estrellas.

Cuadro VIII. Establecimientos y cuartos en Bahía de Banderas por categoría turística al 31 de diciembre de 2013.

Total de establecimientos	Estado de Nayarit		Bahía de Banderas	
	654		201	
Total de cuartos	27,920		18,326	
Categoría	Establecimientos	Cuartos	Establecimientos	Cuartos
Cinco estrellas	40	10,449	32	10,005
Cuatro estrellas	25	1,799	6	793
Tres estrellas	72	2,130	18	496
Dos estrellas	67	1,371	10	205
Una estrella	42	898	5	90
Sin clasificar	408	11,273	130	6,737

Fuente: Secretaría de Turismo del estado de Nayarit (2014).

En 2008, del personal empleado en servicios turísticos el 78.45% corresponde al personal ocupado en servicios de alojamiento temporal mientras que el 21.55% se encuentra en actividades de servicios de alimentos y bebidas (Cuadro IX).

Cuadro IX. Evolución de servicios en Bahía de Banderas 1998-2008.

Actividad Económica	1998		2003		2008	
	Cantidad de empresas	Personal Ocupado	Cantidad de empresas	Personal Ocupado	Cantidad de empresas	Personal Ocupado
Servicios de alojamiento temporal	47	976	45	5,050	131	10,133
Servicios de preparación de alimentos y bebidas	179	483	304	1,016	663	2,783
<b>Totales</b>	<b>226</b>	<b>1,459</b>	<b>349</b>	<b>6,066</b>	<b>794</b>	<b>12,916</b>
Fuente: Anuario estadístico y geográfico de Nayarit (INEGI, 2001, 2007, 2012)						

El modelo de desarrollo implementado en Bahía de Banderas, como lo es el turismo de masas entró en crisis; Arnaiz & Dachary (2004), mencionan que esto se debe a que dicho modelo se encuentra en proceso de reconversión, ocasionado por la globalización que posicionan al turismo como una actividad económica líder, además, identifican lo anterior en el municipio:

Primero, hay reducción real de visitantes; segundo, cambia el tipo de turista, cada vez de menor ingreso y nivel cultural, con ello se deprime la derrama y la distribución de beneficios; tercero, ante esto domina el modelo del todo incluido, que aumenta el porcentaje de dinero que nunca ingresa al país y queda en manos de los grandes mayoristas y cadenas, (...) aunque la región ha comenzado un proceso de reconversión y diversificación hacia nuevos segmentos, como el deporte náutico, el turismo de aventura, el ecoturismo, entre otras actividades, (...) en la capacidad de reciclarse y adecuarse a las nuevas tendencias mundiales estarán las posibilidades de competitividad para figurar entre los destinos atractivos a escala del mercado mundial. (p.45)

### **2.1.3 Infraestructura educativa.**

Bahía de Banderas al ser el municipio que capta el mayor porcentaje de turistas en el estado, conviene conocer cuál es la tasa de alfabetización, así como el número de instituciones educativas con la finalidad de identificar el puesto ocupado y su relación con el grado de escolaridad de la población ocupada en el sector turístico.

Bahía de Banderas cuenta con 195 planteles educativos, que abarcan los niveles educativos desde preescolar hasta superior, una unidad de apoyo para la educación especial en escuelas regulares y 4 bibliotecas públicas (González, 2014). La tasa de alfabetización de las personas de 15 a 24 años es de 98.8% para el año 2010 (INEGI, 2010).

### **2.1.4 Orografía e Hidrografía.**

El municipio de Bahía de Banderas cuenta con más del 70% de terreno cerril tipo semi-montañoso que da origen a la Sierra Madre del Sur, el resto es llanura costera y pequeños valles en el altiplano. Asimismo, se identificaron 32 cuerpos de agua entre los cuales están ríos, arroyos, esteros y lagunas (López, 2011).

## **2.2 Localidad de Bucerías.**

En la franja litoral domina Bucerías por su dimensión, ubicación y por el uso del suelo urbano y turístico; siendo la localidad con mayor número de habitantes del municipio. Es necesario prestar atención (población, ayuntamiento municipal, gobierno del estado, investigadores, ect.) a la dinámica demográfica de Bucerías y a su capacidad de ocupación

urbana, esto debido principalmente a que es un centro urbano turístico, que se caracteriza porque predominan los usos habitacionales de diferentes densidades, de servicios y comerciales. Merchand (2012) menciona que la Alianza de la Costa Verde<sup>1</sup> denomina a la costa de Bahía de Banderas como “una región de naturaleza frágil”.

Cuadro X. Dinámica demográfica de Bucerías.

	1940	1950	1960	1970	1980	1990	1995	2000	2005	2010
<b>Población</b>	65	103	227	931	1678	4019	5711	8833	11059	13098

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Pérez- Campuzano (2010) y los Censos de Población y Vivienda (INEGI, 1970, 1980, 1990, 1995, 2000, 2005, 2010)

Bucerías ha tenido altos índices de crecimiento poblacional dentro del estado de Nayarit, inclusive superando los del propio municipio; las tasas de crecimiento media anual dentro del periodo 1970-2000 de Nayarit fluctuaron entre 2.9% y 1.1%, en cuanto al municipio de Bahía de Banderas entre 4.8% y 4.1%; mientras que para Bucerías fue de 9.1% y 8.3% correspondiente al mismo periodo. Pasando de 65 habitantes en 1940 a 8,833 habitantes en el año 2000 (Fonseca, 2003) y para el año 2010 la población total era de 13,098 (INEGI, 2010); teniendo una tasa de crecimiento anual de 4.01% en este período (Véase Cuadro X).

<sup>1</sup> Es un conjunto de organizaciones no gubernamentales de la región.

### **2.2.1 Contexto socioeconómico.**

Actualmente la economía local se basa en actividades del sector terciario, por lo que han quedado rezagadas las actividades primarias que la sostenían en los 70's (Fonseca, 2003).

La franja costera donde se ubica Bucerías y la creciente ocupación en el sector turístico, las actividades secundarias o terciarias, han favorecido un fuerte incremento de su población.

Del total de la población de Bucerías en 1990 el 32% se consideraba como Población Económicamente Activa (PEA); en 2010 la PEA alcanzó un 40% del total de la población de la localidad, mientras que el porcentaje de la población ocupada bajó al 94%. En el sector terciario resalta la actividad económica de la construcción, generando una gran cantidad de empleos directos, la construcción se relaciona con los establecimientos de hospedaje y alimentos y bebidas (López, 2011).

## CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA

### 3.1 Descripción general y cálculo del tamaño de la muestra.

La presente investigación es de tipo cuantitativa, a partir de información publicada como obtenida a partir de fuentes directas a través de una encuesta.

Tomando como referencia los aspectos metodológicos que proponen Hernández *et al.* (2010), el alcance de la investigación en general fue exploratoria-comparativa, mientras que el diseño de la investigación fue no experimental transeccional (o transversal) exploratoria ya que la recolección de datos se levantó en un solo período, el cuál fue del 8 al 19 de Marzo de 2015.

En el Cuadro XI se presenta un listado de los bienes y servicios, tanto característicos como conexos de la actividad turística, en el cual se puede identificar la relación que se presenta con el turismo, dicha clasificación se realizó a partir de los Censos Económicos (2010) y el Sistema de Cuentas Nacionales de México de la Cuenta Satélite del Turismo de México (2012), con la finalidad de poder clasificar los establecimientos existentes en la zona de estudio, en donde la información correspondiente al total de establecimientos en la localidad fue a partir de las licencias de funcionamiento proporcionadas por el Ayuntamiento del Municipio de Bahía de Banderas, y éstas a su vez se estratificaron, para así poder continuar con la aplicación de la respectiva metodología (con esta clasificación se cumple el primer objetivo específico de identificar las empresas relacionadas con actividades características y conexas)<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> En México, la clasificación de las empresas de acuerdo al número de empleados está dada a partir de la publicación que se hace en el Diario Oficial de la Federación (D.O.F.) el 30 de diciembre de

Cuadro XI. Clasificación de las actividades características y conexas del turismo.

<b>Bienes y servicios característicos</b>	<b>Bienes y servicios conexos</b>
<p><b>Bienes</b></p> <p>Tiendas de campaña y bolsas de dormir Trajes de baño y ropa de playa Maletas y otros Mapas y guías turísticas</p>	<p><b>Bienes</b></p> <p>Artesanías Tiendas de alimentos y bebidas     Supermercados     Minisúper     Tiendas departamentales Comercio al por menor     De ropa     De calzado     De sombreros     De lentes     De artículos de perfumería y cosméticos     De artículos de regalo Libros, periódicos y revistas Comercio al por menor de artículos de joyería y relojes Comercio al por menor de gasolina y diesel Productos farmacéuticos y de aseo personal     Farmacias sin minisúper     Farmacias con minisúper Comercio al por menor de aparatos y películas fotográficas</p>
<p><b>Servicios</b></p> <p>Transporte     Transporte aéreo     Transporte terrestre de pasajeros     Transporte turístico     Servicios relacionados con el transporte Administración de puertos y muelles Servicios de administración de</p>	<p><b>Servicios</b></p> <p>Transporte local Servicios de información Servicios financieros     Casas de cambio Servicios inmobiliarios y de alquiler     De viviendas amuebladas     De viviendas no amuebladas     De salones para fiestas y convenciones</p>

2002. Siendo las microempresas de 0 a 10 empleados en la industria, comercio y servicios; pequeñas empresas van de 11 a 30 empleados en comercio y en manufactura y servicios de 11 a 50; mediana va de 31 a 100 en comercio de 51 a 100 para manufactura y servicios; en todos los sectores, se considera empresa grande a partir de 101 empleados.

Cabe mencionar que existen otras clasificaciones de empresas, como por su actividad (agropecuaria, minera, de servicios, etc.), según la inversión (pública, privada, etc.), según la sociedad de capital, etc., sin embargo en términos de la presente tesis, la clasificación se basa en el número de empleados.

centrales camioneras Agencias de viaje y tour operadores Organización de excursiones y paquetes turísticos Servicios de reservación Servicios de esparcimiento Museos del sector privado Sitios históricos Jardines Botánicos y zoológicos del sector privado Parques acuáticos y balnearios del sector privado Marinas turísticas Servicios recreativos prestados por el sector privado Alojamiento Hoteles con otros servicios integrados Hoteles sin otros servicios integrados Moteles Cabañas, villas, similares Campamentos y albergues recreativos Pensiones y casas huéspedes Departamentos y casas amuebladas con servicios de hotelería Tiempos compartidos Segundas viviendas	De teatros, estadios, auditorios y similares De automóviles ó autobuses Servicios profesionales Servicios de fotografía y videograbación Organizadores de convenciones y ferias comerciales e industriales Servicios médicos Servicios de esparcimiento Casas de juegos electrónicos Campos de Golf Clubes deportivos del sector privado Centros de acondicionamiento físico del sector privado Boliches Billares Restaurantes Restaurantes con servicio completo Restaurantes de autoservicio Restaurantes de comida para llevar Servicios de preparación de alimentos para ocasiones especiales Centros nocturnos, discotecas y similares Bares, cantinas y similares Salones y clínicas de belleza y peluquerías
Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por el Censo Económico 2009 y el Sistema de Cuentas Nacionales de México y la Cuenta Satélite del Turismo de México, 2012.	

Para la identificación de las empresas turísticas y conexas en Bucerías se tomó el listado de la base de datos de las licencias de funcionamiento del municipio de Bahía de Banderas, ya que todos los establecimientos formales e informales, pequeños, medianos o grandes deben contar con ella, y por su constante actualización fue que se tomó como única base de datos; una vez obtenidas las listas de las licencias de funcionamiento desde el año 2007 hasta enero del 2015, se procedió a realizar la clasificación de los establecimientos característicos y conexas dando en total 331, con los cuales se hicieron los siguientes estratos que se

muestran en el Cuadro XII.

Cuadro XII. Número de establecimientos por estrato.

Estrato	Número de establecimientos
1.- Tiendas de traje de baño, equipo acuatico	3
2.- Agencias de viajes	4
3.- Hoteles, Moteles	30
4.- Artesanías	25
5.- Abarrotes, minisúper	60
6.- Tiendas de ropa, calzado, sombreros, lentes, cosméticos, libros	35
7.- Joyerías	7
8.- Gasolinerías	2
9.- Farmacias	3
10.- Servicios financieros	3
11.- Alquiler de autos, bicicletas y cuatrimotos	8
12.- Servicios médicos	8
13.- Restaurantes, cocina económica, lonchería, cafetería	117
14.- Centros nocturnos, discotecas, bares	5
15.- Spa, clínicas de belleza	21
Total	331

Fuente: Elaboración propia a partir de las licencias de funcionamiento de Bucerías desde el año 2007 hasta enero 2015

Para el cálculo del tamaño de la muestra, la unidad de observación y análisis son los establecimientos característicos y conexos del turismo en la localidad de Bucerías, Nayarit; es así como se cuenta con una población finita, para la cual la Ecuación 1 se utilizó para determinar el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{pq z^2 N}{(E^2 (N - 1)) + (z^2 pq)}$$

Ecuación (1)

Dónde:

$n$ : tamaño de la muestra

$p$ : probabilidad de éxito de que el empleo turístico sea generado por establecimientos de hospedaje

$q$ : probabilidad de fracaso de que el empleo turístico no sea generado por establecimientos de hospedaje

$N$ : total de establecimientos

$z$ : nivel de confianza

$E$ : margen de error permitido

Dado que no existen antecedentes de estudios previos respecto a los empleos generados por el turismo en la localidad de Bucerías, Nayarit, se considerará como valor de  $p= 0.9$  y  $q= 0.1$ ;  $N$  como universo de la investigación equivale a un total de 331 empresas (respecto a las licencias de funcionamiento existentes en Bucerías), se estableció que  $z= 1.96$ , es decir, un nivel de confianza del 95% por lo cual el margen de error permitido es  $E= 0.05$  o 5%.

Por lo tanto, al sustituir los datos anteriores en la Ecuación 2, quedaría de la siguiente manera:

$$n = \frac{(0.9 \times 0.1) (1.96)^2 (331)}{(0.05^2 (331 - 1)) + (1.96^2 (0.9 \times 0.1))} = 97.75 = 98$$

Ecuación (2)

Dando como resultado  $n= 97.75$  ó  $n= 98$

El cálculo del tamaño de la muestra dio como resultado aplicar el cuestionario a 98

establecimientos, sin embargo, se decidió aplicar 100 cuestionarios.

Una vez teniendo el número de establecimientos por cada estrato, se calculó el porcentaje correspondiente a cada estrato en relación con el universo, con la finalidad de calcular la cantidad de establecimientos de cada estrato que conformaron la muestra, teniendo en cuenta que los establecimientos que se consideran característicos (tiendas de trajes de baño, agencias de viajes y hoteles) se tomarían todos los 37 para la muestra y por lo tanto el resto (63) correspondería a establecimientos conexos. Sin embargo, en el levantamiento de datos se presentó un obstáculo, el cual impidió que se aplicara el cuestionario a los 30 establecimientos hoteleros debido a que no había interés por participar en el cuestionario.

Entonces, el cálculo de establecimientos a muestrear por estrato quedó como se muestra en el Cuadro XIII.

La selección de cuáles establecimientos serían parte de la muestra, partió de enumerar todos los establecimientos y después se recurrió a la página web [http://nosetup.org/php\\_on\\_line/numero\\_aleatorio\\_2](http://nosetup.org/php_on_line/numero_aleatorio_2); la cual, los números que arroja aleatoriamente, fueron los seleccionados para la conformación de la muestra.

Una vez determinado el tamaño de la muestra, se levantó la información correspondiente a los empleos turísticos directos e indirectos en el mes de marzo de 2015 en donde, para la recolección de datos la técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario estructurado (Anexo 1), donde los participantes de la muestra y a quienes se aplicaron los cuestionarios fueron los encargados de los establecimientos turísticos.

Para la evaluación de la información se utilizaron técnicas estadísticas descriptivas, se recurrió al análisis de frecuencias, medidas de tendencia central como son la moda, mediana, la media, desviación estándar, asimetría y curtosis, y medidas de variabilidad que

son la desviación estándar y la varianza. En cuanto a la evaluación de las interrelaciones entre las variables se utilizaron técnicas de análisis multivariantes de datos, tales como el coeficiente de correlación de Pearson, prueba t y la chi cuadrada.

Cuadro XIII. Número de establecimientos a encuestar por estrato.

Estrato	Número de establecimientos a encuestar	Número de establecimiento encuestados
1.- Tiendas de traje de baño, equipo acuatico	3	5
2.- Agencias de viajes	4	5
3.- Hoteles, Moteles	30	22
4.- Artesanías	5	5
5.- Abarrotes, minisúper	11	14
6.- Tiendas de ropa, calzado, sombreros, lentes	6	8
7.- Joyerías	2	2
8.- Gasolinerías	2	1
9.- Farmacias	2	4
10.- Servicios financieros	2	1
11.- Alquiler de autos, bicicletas y cuatrimotos	2	2
12.- Servicios médicos	2	2
13.- Restaurantes, lonchería	21	21
14.- Centros nocturnos, discotecas, bares	2	2
15.- Spa, clínicas de belleza	4	6
Total	98	100

Fuente: Elaboración propia.

### 3.2 Categoría económica: Variables e indicadores utilizados para el análisis.

En el Cuadro XIV se enlistan las variables y los indicadores correspondientes que se utilizaron para análisis de la productividad, especialización y formalidad del empleo turístico en Bucerías (este apartado permite identificar como se analizará la informalidad, especialización y productividad, cumpliendo con el segundo objetivo).

Cuadro XIV. Variables e indicadores.

Variables	Indicadores
<b>Producción</b>	<p style="text-align: center;"><b>Valor Agregado Bruto VAB</b></p> <p>Es el valor de la producción que se añade durante el proceso de trabajo por la actividad creadora y de transformación del personal ocupado, el capital y la organización (factores de producción), ejercida sobre los materiales que se consumen en la realización de la actividad económica.</p>
<b>Productividad VA/PO</b>	<p style="text-align: center;"><b>Personal ocupado en temporada alta y baja PO</b></p> <p>Total de personal (remunerado y no remunerado) laborando en el establecimiento según la temporada.</p>
	<p style="text-align: center;"><b>Valor Agregado Bruto VAB</b></p> <p>Es el valor de la producción que se añade durante el proceso de trabajo por la actividad creadora y de transformación del personal ocupado, el capital y la organización (factor de la producción), ejercida sobre los materiales que se consumen en la realización de la actividad económica.</p>
<b>Especialización</b>	<p style="text-align: center;"><b>Personal ocupado en la rama específica</b></p> <p>Total de personal (remunerado y no remunerado) laborando en el establecimiento.</p>
	<p style="text-align: center;"><b>Horas trabajadas por el empleado</b></p>
<b>Formalidad</b>	<p style="text-align: center;"><b>Personal remunerado</b></p> <p>Es el personal de planta o eventual, contratado directamente por la razón social que trabaja para la unidad económica sujeto a su dirección y control cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la misma y que recibe un pago por el desempeño de sus actividades.</p>
<b>Informalidad</b>	<p style="text-align: center;"><b>Personal no remunerado</b></p>

	Son las personas que trabajan para la unidad económica, cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la misma sin recibir un sueldo o salario. Se consideran aquí a los propietarios, familiares de éstos, socios activos, prestadores de servicio social o prácticas, personas de programas de empleo, entre otros. Excluye a quienes presentaron sus servicios profesionales o técnicos y cobran honorarios por ello; pensionados o jubilados y al personal suministrado por otra razón social.
<b>Tamaño de la empresa</b>	<b>Número de empleados</b>
	Total de personal (remunerado y no remunerado) laborando en el establecimiento.
Fuente: A partir del instrumento del Censos Económico (INEGI, 2010) y con base en el marco teórico	

### 3.3 Instrumento

El cuestionario aplicado tanto a los establecimientos característicos como conexos al turismo, se estructuró en nueve apartados, en el primero (que corresponde de la pregunta a1 a la a2) se encuentran los datos, como el nombre y tipo de establecimiento, este apartado sirve para identificar al establecimiento que se aplicó la encuesta; en el segundo apartado se encuentran ítems relacionados con el bien o servicio que ofrece el establecimiento (pregunta b4), el cuál permite identificar si el establecimiento es característico o conexo al turismo; en el tercer apartado se logra identificar el origen de la empresa (con la pregunta c10), el tamaño de la empresa (Micro, Pequeña, Mediana o Grande), en qué porcentaje los proveedores de las empresas son locales (pregunta c17), además permite conocer si el establecimiento depende del turista nacional, turista extranjero o familias locales (pregunta

c15) y si esta dependencia provoca que el establecimiento cierre durante temporada baja del turismo (pregunta c11).

Con el cuarto apartado se obtiene información acerca de la especialización del empleo (preguntas d26 y d27), además permite conocer si el empleo es formal o informal (d23); en el quinto apartado se logra identificar si la empresa es familiar y si el empleado familiar recibe los mismos beneficios de la empresa como cualquier otro empleado (preguntas e35, e37,e39); el sexto apartado está formulado para identificar si existe algún empleo que no reciba remuneración (preguntas f45, f48); el siguiente apartado da la información necesaria para conocer si en temporada alta del turismo extranjero o nacional en la localidad genera algún empleo (preguntas g51, g52, g57 y g62); el octavo y noveno apartado están relacionados con las políticas públicas (lo cuál permite identificar si existen políticas de impulso al turismo y contrastarlas con los resultados obtenidos para cumplir con el tercer objetivo), es decir, si las instancias de gobierno, en cualquier nivel, han apoyado a los establecimientos mediante algún programa o estrategia de manera que se impulse al turismo mediante las microempresas (preguntas h65, h66).

### **3.4 Correlación de las variables *Ingresos* y *Trabajadores***

Correlación es un técnica utilizada en estadísticas para conocer si dos variables están relacionadas, es decir, si hay correlación en las variables *Ingresos* y *Trabajadores*, significa que un cambio en la variable *Trabajadores* ocasionara un cambio en la variable *Ingresos*.

En lo que respecta a la productividad del empleo turístico, para medir este parámetro primeramente se calculó la correlación entre el indicador denominado ingresos y el de trabajadores mediante los siguientes cinco pasos:

1.- Establecer las hipótesis estadísticas

Ho: No hay asociación

Ha: Si hay asociación

2.-Establecer nivel de significancia

$\alpha = 0.05$

3.- Elegir prueba estadística

Correlación de Pearson

4.- Regla de decisión.

$Sig > 0.05 \therefore H_0 = \text{no hay asociación}$

$Sig < 0.05 \therefore H_a = \text{si hay asociación}$

5.- Resultado y Conclusión

Cuadro XV. Correlación de los indicadores: Número de trabajadores e Ingresos

Correlación		Número de trabajadores	Ingresos
Número de trabajadores	Correlación de Pearson	1	.429**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	100	100
Ingresos	Correlación de Pearson	.429**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	100	100
Fuente: Elaboración propia			

Se acepta Ha, debido a que el resultado de la prueba arroja que el nivel de significancia es igual a .000 entre las variables *Ingresos* y *Trabajadores* mediante las cuales se calcula la variable *Productividad*; por lo tanto si hay correlación entre estos dos indicadores.

### 3.5 Modelos Econométricos

#### 3.5.1 Mínimos Cuadrados Ordinarios

Sea el Modelo Básico de Regresión Lineal (MBRL) definido como se muestra en la siguiente Ecuación (3):

$$y_i = \beta_1 + \beta_2 x_{2i} + \beta_3 x_{3i} + \dots + \beta_k x_{ki} + U_i$$

Ecuación (3)

donde los parámetros  $\beta$  cuantifican la relación parcial de cada variable exógena  $x$  con la endógena  $y$ .

Se parte de la especificación del modelo econométrico y son conocidos por tanto los valores de “ $y$ ” y “ $x$ ” para la muestra temporal o transversal seleccionada. Se plantea ahora la siguiente pregunta ¿cómo obtener una buena estimación de esos parámetros  $\beta$  a partir de los datos disponibles para “ $y$ ” y para cada una de las “ $x$ ”?

Uno de los procedimientos más conocidos es el denominado Estimador de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO). Este procedimiento plantea utilizar, como estimación de los parámetros, aquella combinación de  $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$  que minimice los errores que el modelo cometerá. ¿Qué significa esto?. Si se dispusiera a priori de los parámetros estimados podríamos escribir el MBRL NO como en la Ecuación (4):

$$y_i = \beta_1 + \beta_2 x_{2i} + \beta_3 x_{3i} + \dots + \beta_k x_{ki} + U_i \quad \text{Ecuación (4)}$$

sino como:

$$\hat{y}_i = \hat{\beta}_1 + \hat{\beta}_2 x_{2i} + \hat{\beta}_3 x_{3i} + \dots + \hat{\beta}_k x_{ki} \quad \text{Ecuación (5)}$$

y, por tanto, podríamos computar el error o residuo que el modelo comete en la estimación de cada valor de la endógena comparando, de forma inmediata, el valor real de la endógena en cada observación con el valor estimado, véase ecuación 6:

$$\begin{aligned} e_i &= y_i - \hat{y}_i = \\ &= y_i - (\hat{\beta}_1 + \hat{\beta}_2 x_{2i} + \hat{\beta}_3 x_{3i} + \dots + \hat{\beta}_k x_{ki}) \end{aligned} \quad \text{Ecuación (6)}$$

Este error dependería del valor asignado a las estimaciones de los parámetros  $\beta$ ; pues bien, el método de MCO sugiere utilizar aquella combinación de parámetros estimados que minimice la suma al cuadrado de todos los errores cometidos para las “n” observaciones disponibles:

$$\hat{\beta}_{MCO} \rightarrow \min(S) = \min \sum_{i=1}^n (e_i)^2 \quad \text{Ecuación (7)}$$

La interpretación del significado de los estimadores MCO son más representativos que los detalles técnicos sobre su derivación. ¿Qué representa un parámetro estimado  $\hat{\beta}_j$ ?

Si una ecuación se estima con dos variables exógenas más un término independiente, el modelo resultante sería la Ecuación (8):

$$\hat{y}_i = \hat{\beta}_1 + \hat{\beta}_2 x_{2i} + \hat{\beta}_3 x_{3i} \quad \text{Ecuación (8)}$$

Ejemplo de lo anterior es, si se tiene una muestra temporal donde “i” representa el paso del tiempo. Si expresamos ahora el modelo “en diferencias”, es decir, si al valor estimado de “y” en el período “i” ( $\hat{y}_i$ ) le restamos el valor estimado de “y” en el período “i-1” ( $\hat{y}_{i-1}$ ) tenemos que:

$$\text{Ecuación (9)}$$

$$\hat{y}_i - \hat{y}_{i-1} = (\hat{\beta}_1 + \hat{\beta}_2 x_{2i} + \hat{\beta}_3 x_{3i}) - (\hat{\beta}_1 + \hat{\beta}_2 x_{2i-1} + \hat{\beta}_3 x_{3i-1})$$

$$\Delta \hat{y}_i = \hat{\beta}_2 \Delta x_{2i} + \hat{\beta}_3 \Delta x_{3i}$$

¿Qué representa por tanto  $\hat{\beta}_2$ ? Una forma simple de expresar  $\hat{\beta}_2$  es:

$$\Delta x_{3i} = 0 \rightarrow \frac{\Delta \hat{y}_i}{\Delta x_{2i}} = \hat{\beta}_2 \quad \text{Ecuación (10)}$$

Es decir,  $\hat{\beta}_2$  permite computar el cambio obtenido en “y” producido por un cambio en “x<sub>2</sub>” manteniéndose “x<sub>3</sub>” constante. Es decir: los coeficientes de la regresión múltiple son coeficientes *ceteris paribus* o, más propiamente dicho, **coeficientes de correlación parcial**. El punto clave, como señala Wooldridge (2006), es que la estimación de estos coeficientes parciales (o *ceteris paribus*) se obtiene aún cuando los datos no se hayan observado o recogido en esas condiciones. Es decir, “la regresión múltiple permite imitar (...) lo que los científicos hacen en los entornos (experimentales) controlados de laboratorio: conservar fijos otros factores”.

### 3.5.2 Modelo Logístico Multinomial

Los modelos de regresión Logit multinomiales pertenecen a la familia de modelos microeconómicos denominados de variables dependientes limitadas. Son considerados modelos que corresponden a formas funcionales particulares de probabilidad para cada alternativa de la variable dependiente.

Cuando la variable endógena a modelizar es una variable discreta con varias alternativas posibles de respuesta ( $j$ ) nos encontramos ante los modelos de respuesta múltiple. Estos modelos se clasifican en dos grandes grupos según que las alternativas que presenta la variable endógena se puedan ordenar (modelos con datos ordenados) o no se puedan ordenar (modelos con datos no ordenados).

La idea general es que son modelos cuyos datos pueden tener un conjunto amplio y finito de valores y son una extensión de los modelos binarios (logit y probit). La diferencia principal del modelo logit multinomial con el probit multinomial es la distribución del término de error que permite obtener una función de verosimilitud tratable y simple.

Suponemos que cada observación puede ser codificada en sólo  $j+1$  alternativas posibles con la siguiente ecuación.

$$y \in [0, J + 1]. \quad \text{Ecuación (11)}$$

El proceso que guía las observaciones en una alternativa específica es a través de un conjunto de variables latentes (Véase Ecuación 12).

$$y_j^* \quad \forall j = 0, \dots, J. \quad \text{Ecuación (12)}$$

$y_j^*$  puede ser interpretada como la utilidad obtenida de la alternativa  $j$ . El modelo general se especifica de la Ecuación (13) siguiente manera:

$$y_j^* = X_j \beta_j + u_j$$

$X_j$  es un vector de variables explicativas que pueden variar entre alternativas. Lo que observamos en los datos es la alternativa asociada con cada observación. En los modelos

LOGIT multinomiales, es más útil definir una sola variable observable de la siguiente forma:  $y = j$  si la alternativa  $j$  se elige

En los mismo modelos, una de las características principales es que el término de error se distribuye de manera idéntica e independiente de acuerdo a una distribución de valor extrema  $i$ .

$$u_i \sim \begin{cases} f(u) = e^{-u} - e^{-u-k} \\ F(u) = e^{-u} - e^{-u-k} \end{cases} \quad \text{Ecuación (14)}$$

y que nos lleva a la siguiente especificación de las probabilidades:

$$\begin{aligned} Pr(u_j > u_k \forall k \neq j | X) &= Pr(y = j | X) \\ &= \frac{e^{X_j \beta_j}}{\sum_{k=1}^J e^{X_k \beta_k}} \end{aligned} \quad \text{Ecuación (15)}$$

Las magnitudes de estos coeficientes son difíciles de interpretar. En su lugar se calculan efectos parciales, o la diferencia en probabilidad.

Así, en los modelos LOGIT multinomiales de la encuesta aplicada los establecimientos de Bucerías, estimamos modelos varios que nos permitan hacer inferencia de la probabilidad de que suceda una situación específica  $j$ , dadas variables económicas asociadas  $x$

## CAPÍTULO IV.- RESULTADOS: EL EMPLEO TURÍSTICO EN BUCERÍAS, BAHÍA DE BANDERAS.

### 4.1 Empleo característico y conexo: características

De los 100 establecimientos encuestados 94 son establecimientos fijos, mientras que el resto (6) son considerados semifijos.

En lo que respecta a la categoría jurídica de los establecimientos, se encontró que en el 81% tienen un único dueño mientras que el 19% son asociaciones (Véase Cuadro XVI), no se encontraron organismos internacionales e instituciones de gobierno.

Cuadro XVI. Razón Social por actividad económica.

Actividad	Razón social		Total
	Persona Física	Asociacion	
Ropa de playa	5	0	5
Casa de cambio	1	0	1
Alquiler de autos	1	1	2
Servicios Medicos	2	0	2
Restaurante	18	3	21
Centro nocturno	0	2	2
Salon de Belleza	5	1	6
agencia de viajes	4	1	5
Hoteles	14	8	22
Artesanias	5	0	5
Supermercado	13	1	14
Tienda de ropa	8	0	8
Joyeria	2	0	2
Gasolinera	0	1	1
Farmacia	3	1	4
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

Del total de establecimientos a los que se les aplicó el instrumento, el 22% fueron hoteles, de los cuales predominan los hoteles sin categoría y los de tres o cuatro estrellas, no se encontraron hoteles de mayor categoría (Véase Anexo 2).

El 92% de los establecimientos encuestados realizan sus actividades sin compartir la razón social con otro establecimiento, es decir, los dueños sólo tienen un establecimiento de las mismas características; mientras que el 8% de los establecimientos resultaron ser sucursales. Asimismo, el 87% de los establecimientos se encuentran registrados en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), mientras que el 13% restante mencionó estar en el proceso de registro (Véase Anexo 3).

En cuanto a la operatividad de los establecimientos, se observa que el 29% tienen apenas un año, mientras que el 17% tienen en el mercado de 21 a 49 años, sin embargo, el 50% tiene menos de cinco años trabajando, es decir, los establecimientos son nuevos o por el contrario ya tienen 2 o 3 décadas en el mercado. De las empresas que tienen un año en el mercado, el 22% dijo tener entre 2 y 3 empleados, el 24% mencionó no dar seguro médico al empleado y el 13% son consideradas empresas familiares; mientras que las empresas de 20 a 30 años de antigüedad dicen tener de 3 a 17 empleados, el 9% afirma no brindar seguro médico al empleado y el 8% se considera empresa familiar.

Esta diferencia encontrada en el Cuadro XVII respecto a la antigüedad de las empresas en Bucerías, está ligada con el ciclo de vida de la microempresa, debido a que se considera es de 3 a 5 años; por lo tanto, las empresas que tienen de 20 a 30 años se encontraban bajo otras condiciones a nivel nacional y estatal, en donde apenas comenzaba la construcción de establecimientos turísticos; mientras que las nuevas empresas tienen que enfrentarse con las empresas ya consolidadas, con el poder de innovación e inversión de otras empresas, con

dificultades en los trámites para la puesta en marcha, con una gama de empresas competitivas, etc.; es así que las nuevas microempresas se ven obligadas a cerrar por los altos gastos de operación.

Cuadro XVII. Antigüedad del establecimiento.

Actividad	Años											Total
	1-4	5-8	9-12	13-16	17-20	21-24	25-28	29-32	35	39	49	
Ropa de playa	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Casa de cambio	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Alquiler de autos	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Servicios Médicos	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2
Restaurante	9	3	4	0	0	1	0	2	0	1	1	21
Centro nocturno	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
Salon de Belleza	4	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	6
agencia de viajes	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Hoteles	2	4	6	2	1	0	3	3	1	0	0	22
Artesanías	2	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Supermercado	8	3	1	1	0	0	0	0	1	0	0	14
Tienda de ropa	3	3	0	0	0	0	2	0	0	0	0	8
Joyería	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Gasolinera	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Farmacia	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>19</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

Dentro de los principales motivos por los cuales los dueños decidieron poner en marcha su establecimiento fueron por negocio (59%) de los cuales el 73% de los hoteles y el 50% de los restaurantes mencionó haber sido éste su principal motivo, entre otros motivos se encuentra el desempleo (18%), para tener mayor ingreso (10%), por herencia (6%), para ser su propio jefe (3%) otros mencionaron que por inversión (Véase Anexo 4).

Además el 46% de los establecimientos son de origen nacional como se observa en el Cuadro XVIII, el 44% local y un 10% extranjeros; en lo que respecta a los restaurantes el 66% son de origen local, el 68% de los hoteles son de origen nacional y el 75% de las farmacias son nacionales.

Cuadro XVIII. Origen del establecimiento.

Actividad	Origen			Total
	Local	Nacional	Extranjera	
Ropa de playa	3	2	0	5
Casa de cambio	0	0	1	1
Alquiler de autos	0	0	2	2
Servicios Medicos	0	2	0	2
Restaurante	14	4	3	21
Centro nocturno	1	1	0	2
Salon de Belleza	4	2	0	6
agencia de viajes	0	3	2	5
Hoteles	5	15	2	22
Artesanias	2	3	0	5
Supermercado	9	5	0	14
Tienda de ropa	5	3	0	8
Joyeria	0	2	0	2
Gasolinera	0	1	0	1
Farmacia	1	3	0	4
<b>Total</b>	44	46	10	100
Fuente: Elaboración propia				

El 37% de los establecimientos mencionó haber trabajado de 1 a 8 meses durante el año 2014, esto debido a la temporada baja del turismo en Bucerías, dentro de los cuales se encuentra el 50% de los establecimientos de ropa de playa, el 50% de las casas de cambio, el 50% de alquiler de autos, 50% de restaurantes, 60% de agencias de viajes y el 18% de los

hoteles; los restaurantes son los más afectados con la temporada baja del turismo (Véase Anexo 5).

En este sentido, el 79% de los establecimientos dijo tener más trabajo durante los meses de diciembre-enero, lo cual coincide con temporada alta del turismo extranjero, el 17% mencionó tener más trabajo durante los meses de marzo y abril.

El 19% de los establecimientos consideran que su principal cliente son los locales, esto afirmado en su mayoría por los abarrotes de Bucerías, mientras que el 81% del total de los establecimientos no lo considera.

Asimismo, el 63% de los encuestados afirma que los turistas nacionales son sus principales clientes; los establecimientos beneficiados de la temporada alta nacional son los restaurantes, agencias de viajes y salones de belleza.

Los turistas extranjeros son considerados como el principal cliente para el 73% de los establecimientos, principalmente para los hoteles, casas de cambio, agencias de viajes y restaurantes. En menor medida los prestadores de servicios son considerados por un 4% como los principales clientes dentro de los supermercados, farmacias; y establecimientos de ropa de playa; pero, es importante destacar que para el 25% de las tiendas de ropa de playa, los prestadores de servicios son sus únicos clientes.

Es importante resaltar los resultados en cuanto a los proveedores de los establecimientos encuestados (Véase Cuadro XIX), en donde, se encuentra que para el 24% de los establecimientos sus proveedores son únicamente locales principalmente para el 57% de los restaurantes y el 31% de los hoteles, los cuales son de origen local; mientras que el 46% de los establecimientos, tales como, tiendas de ropa de playa, hoteles, abarrotes, salones de

belleza y tiendas de ropa mencionó no tener ningún proveedor local; y un 24% dijo tener pocos (de un 5% a un 40%) proveedores locales.

Cuadro XIX. Porcentaje de proveedores locales en establecimiento.

Actividad	Porcentaje de Proveedores Locales												Total
	0%	5%	8%	10%	20%	25%	30%	40%	50%	70%	80%	100%	
Ropa de playa	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Casa de cambio	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Alquiler de autos	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2
Servicios Médicos	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2
Restaurante	3	0	0	0	3	0	0	0	1	1	1	12	21
Centro nocturno	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Salon de Belleza	4	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	6
Agencia de viajes	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	5
Hoteles	6	0	0	1	2	1	1	1	1	0	2	7	22
Artesanías	3	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Supermercado	6	2	1	1	3	0	0	0	0	0	1	0	14
Tienda de ropa	7	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8
Joyería	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Gasolinera	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Farmacia	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Total	46	2	2	4	9	1	1	1	4	1	5	24	100

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, en cuanto a la especialización del empleo se encuentra en los restaurantes, hoteles y agencias de viajes como se muestra en el Cuadro XX; las actividades que concentran de 1 a 3 empleados son las tiendas de ropa de playa, los servicios médicos, los restaurantes, salones de belleza, agencias de viajes, hoteles, tiendas de artesanías, tiendas de

abarrotes, tiendas de ropa y farmacias. Es decir, el 23% de los establecimientos encuestados concentra la mayor parte del empleo turístico.

Cuadro XX. Número de empleados por rama de actividad.

Actividad	Número de empleados																	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	17	21	22	32	
Ropa de playa	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Casa de cambio	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Alquiler de autos	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Servicios Medicos	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Restaurante	0	6	6	1	1	3	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	21
Centro nocturno	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Salon de Belleza	0	2	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
Agencia de viajes	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5
Hoteles	0	4	6	1	0	1	4	0	1	1	0	0	1	1	0	2	0	22
Artesanías	3	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Supermercado	0	10	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14
Tienda de ropa	1	3	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8
Joyeria	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Gasolinera	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Farmacia	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>34</b>	<b>30</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

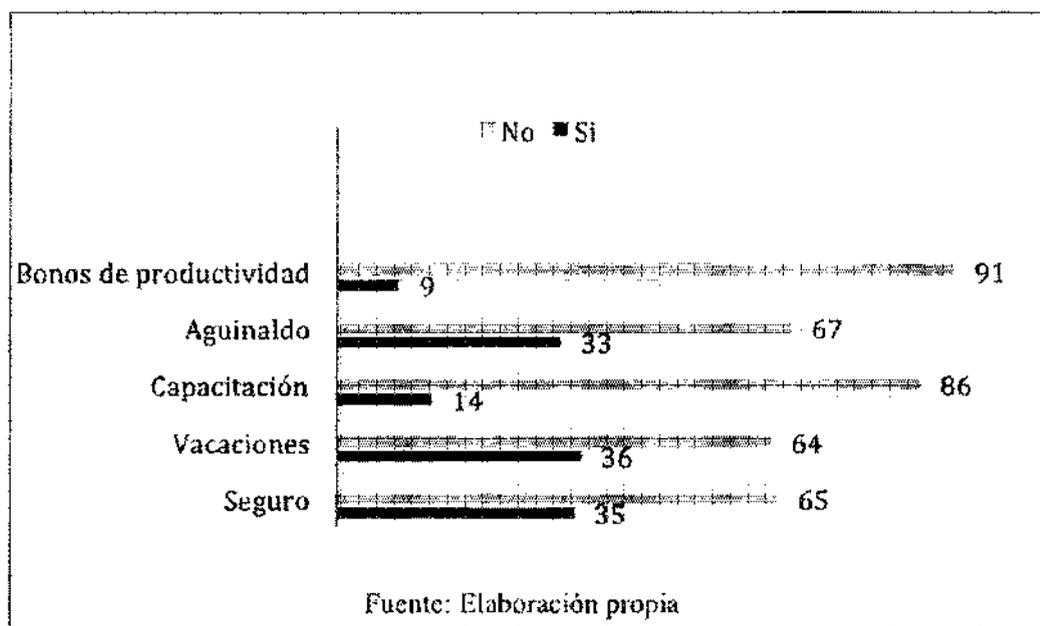
Fuente: Elaboración propia

Además, es necesario resaltar que el 94% de los establecimientos son microempresas y el 9% restante son pequeñas empresas; no se encontraron empresas de mayor tamaño en relación al número de empleados.

En relación a las actividades que le corresponde llevar a cabo a cada empleado, el 29% de los dueños de los establecimientos mencionaron que sus empleados tienen un sola actividad

específica; mientras que el 71% dijo que sus empleados no tienen un rol definido, por lo tanto, los trabajadores desarrollan varias actividades al mismo tiempo; los establecimientos que optan por este tipo de trabajo son el 60% de las tiendas de ropa de playa, el 47% de los restaurantes, el 63% de los hoteles, el 92% de las tiendas de abarrotes, el 87% de las tiendas de ropa, las joyerías, gasolineras y farmacias (Véase Anexo 6).

Dentro de la formalidad del empleo en Bucerías los establecimientos que brindan prestaciones de ley al empleado como seguro médico son el 33% de los restaurantes, el 63% de los hoteles, el 21% de las tiendas de abarrotes, en un 100% las gasolineras, el 75% de las farmacias; es decir, el 65% de los establecimientos no brindan seguro médico a sus trabajadores, lo cual trae como consecuencia el empleo informal (Gráfica 1).



Gráfica 1. Tipo de prestaciones de Ley que los establecimientos proporcionan a sus empleados.

Continuando con los establecimientos que dan vacaciones pagadas al empleado, los resultados arrojan que al 23% de los restaurantes, el 63% de los hoteles y el 50% de las farmacias si brindan esta prestación a sus empleados, sin embargo, el 64% de los establecimientos no lo hacen, dentro de los cuales se encuentran el 78% de las tiendas de abarrotes, el 50% de los salones de belleza, el 60% de las agencias de viajes y el 75% de las tiendas de ropa.

Respecto a la capacitación que los establecimientos brindan a sus empleados, el 14% de los establecimientos lo hacen de manera global, en tanto que, por ramas los resultados muestran que sólo el 14% de los restaurantes, el 22% de los hoteles, el 25% de las farmacias, tiendas de artesanías y agencias de viajes, la brindan. En relación al aguinaldo, el 33% dan aguinaldo a sus empleados, en donde destacan el 19% de los restaurantes, el 63% de hoteles, el 21% de las tiendas de abarrotes, el 25% de las tiendas de ropa y farmacias. Cabe destacar que los resultados obtenidos muestran que los bonos de productividad como incentivo para el empleado no es una opción para los establecimientos, ya que únicamente el 9% dijo brindar esta prestación, dentro de estos se encuentra el 4% de los restaurantes, el 9% de los hoteles, el 25% de las tiendas de artesanías y el 12% de las tiendas de ropa. Es importante mencionar que los establecimientos que brindan prestaciones de ley a sus empleados son empresas de origen nacional o extranjero y que además tienen más de 5 años en el mercado.

Uno de los aspectos que interesa destacar en este trabajo de tesis, es la informalidad del empleo asociado a la presencia de familiares y su remuneración en el proceso productivo; los resultados arrojan que el 36% de los establecimientos son empresas familiares, asimismo, el 52% de los establecimientos dijo tener familiares como empleados de los

cuales el 18% no recibe ningún tipo de remuneración. Asimismo, del salario que ofrecen los establecimientos a sus empleados, el 54% menciona tener salarios fijos y el 38% afirma que el salario pagado a sus empleados es variable.

En lo que respecta al cálculo de productividad, medido por la relación ingresos y número de trabajadores se observa en el Cuadro XXI, que el 23% de los establecimientos están por arriba de la media, de los que destacan el 50% de las gasolineras, el 27% de hoteles, el 19% de restaurantes y el 45% de las agencias de viajes; es decir, la productividad de empleo se encuentra en los establecimientos característicos del turismo, sin embargo, en su mayoría este tipo de establecimientos son de inversión nacional o extranjera.

Cuadro XXI. Productividad del empleo turístico.

Productividad	Actividad															
	Ropa de Playa	Casa de Cambio	Aquiler de autos	Servicios Médicos	Restesaurant	Bares	Salón de belleza	Agencia de viajes	Hoteles	Artesanias	Abarrotes	Tienda de ropa	Joyerías	Gasolinera	Farmacia	Total
De 2000 a 4000	0	0	0	0	7	0	1	0	5	1	0	0	1	0	0	16
De 4001 a 6000	1	0	1	0	2	1	3	1	5	2	3	2	0	0	0	21
De 6001 a 8000	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	3	1	0	0	8
De 8001 a 10,000	1	0	0	0	3	0	1	1	1	0	4	1	0	0	1	13
De 10,001 a 12,000	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2
De 12,001 a 14,000	0	0	0	0	4	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	6
De 14,001 a 16,000	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	4
De 16,001 a 18,000	0	0	0	0	0	1	0	0	3	1	1	0	0	0	1	7
De 18,001 a 20,000	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
De 20,001 a 22,000	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
De 22,001 a 24,000	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2
De 24,001 a 26,000	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
De 26,001 a 28,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
De 28,001 a 30,000	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	4
De 30,001 a 32,000	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1

Cuadro XXI. Productividad del empleo turístico (Continuación).

Productividad	Actividad															Total
	Ropa de Playa	Casa de Cambio	Alquiler de autos	Servicios Médicos	Restaurant	Bares	Salón de belleza	Agencia de viajes	Hoteles	Artesanías	Abarrotes	Tienda de ropa	Joyerías	Gasolinera	Farmacia	
De 32,001 a 34,000	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
De 34,001 a 36,000	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
De 36,001 a 38,000	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
De 38,001 a 40,000	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
De 41,000 a 45,000	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
De 46,000 a 50,000	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
De 51,000 a 55,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
De 56,000 a 60,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
De 61,000 a 65,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
De 66,000 a 70,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
De 71,000 a 75,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
160000,00	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
384615,38	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Total	5	1	2	2	21	2	6	5	22	5	14	8	2	1	4	100

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2 Generación de empleo turístico.

En cuanto a la generación de empleo en los meses de junio y julio 2014 (temporada alta nacional) el 95% de los establecimientos mencionó no haber contratado a ningún otro empleado (Véase Cuadro XXII); sin embargo, tres hoteles afirmaron haber contratado personal de 1 a 3 principalmente para el área de mantenimiento y ama de llaves.

Cuadro XXII. Empleos generados en temporada alta de turismo nacional

Actividad	¿Contrató algún empleado durante los meses de Junio y Julio 2014?		Total
	Si	No	
Ropa de playa	0	5	5
Casa de cambio	0	1	1
Alquiler de autos	0	2	2
Servicios Medicos	0	2	2
Restaurante	0	21	21
Centro nocturno	0	2	2
Salon de Belleza	0	6	6
Agencia de viajes	0	5	5
Hoteles	3	19	22
Artesanias	0	5	5
Supermercado	0	14	14
Tienda de ropa	1	7	8
Joyeria	0	2	2
Gasolinera	1	0	1
Farmacia	0	4	4
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>95</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

Para los meses de diciembre 2014 y enero 2015 (temporada alta de turismo extranjero) el 33% de los establecimientos dijo haber contratado personal, de estos 21 establecimientos contrató de 1 a 4 empleados, para el área de ama de llaves, alimentos y bebidas, ventas y área pública, los cuales fueron contratados de 15 días a 5 meses, lo que

significa que los empleos generados y el tiempo por el cuál fueron contratados concuerda con la temporada alta del turismo extranjero, tal como se observa en el siguiente Cuadro XXIII.

Cuadro XXIII. Empleos generados en temporada alta de turismo extranjero

Actividad	¿Contrató algún empleado durante los meses diciembre 2014 y enero 2015?		Total
	Si	No	
Ropa de playa	1	4	5
Casa de cambio	0	1	1
Alquiler de autos	0	2	2
Servicios Medicos	0	2	2
Restaurante	9	12	21
Centro nocturno	1	1	2
Salon de Belleza	2	4	6
agencia de viajes	1	4	5
Hoteles	10	12	22
Artesanias	1	4	5
Supermercado	2	12	14
Tienda de ropa	4	4	8
Joyeria	0	2	2
Gasolinera	1	0	1
Farmacia	1	3	4
Total	33	67	100

Fuente: Elaboración propia

Para Semana Santa de 2015 el 28% de los establecimientos (restaurantes, hoteles, salones de belleza y tiendas de abarrotes) dijo que probablemente contratarían personal de uno a cuatro; sin embargo, el 74% de los establecimientos dijo no contratar a más empleados desde la apertura del establecimiento, el motivo por el cuál han llegado a contratar de manera esporádica es por tener algún vacante y no por ser temporada alta del turismo (Véase Anexo 7).

Ahora bien, el 20% de los establecimientos afirmó haber obtenido algún tipo de crédito para la puesta en marcha del establecimiento (Obsérvese Cuadro XXIV), tales como, el 28% de los restaurantes, el 33% de los salones de belleza, el 18% de los hoteles y el 28% de los supermercados.

Cuadro XXIV. Establecimientos que obtuvieron algún crédito para la puesta en marcha

Actividad	¿Obtuvo algún crédito para la puesta en marcha del establecimiento?		Total
	Si	No	
Ropa de playa	1	4	5
Casa de cambio	0	1	1
Alquiler de autos	1	1	2
Servicios Medicos	0	2	2
Restaurante	6	15	21
Centro nocturno	0	2	2
Salon de Belleza	2	4	6
Agencia de viajes	1	4	5
Hoteles	4	18	22
Artesanías	1	4	5
Supermercado	4	10	14
Tienda de ropa	0	8	8
Joyería	0	2	2
Gasolinera	0	1	1
Farmacia	0	4	4
Total	20	80	100

Fuente: Elaboración propia

El crédito se obtuvo de bancos (11%), caja de ahorro popular (4%), préstamo familiar (3%) y por medio de prestamistas privados (2%); el cuál mencionaron haber utilizado para equipar el establecimiento e insumos.

Tan sólo dos establecimientos dicen haber obtenido apoyo de gobierno, sin embargo, un establecimiento obtuvo el apoyo en el estado de Jalisco y el otro fue apoyo federal; asimismo, los dueños manifestaron que además de no recibir apoyo del gobierno municipal el cobro por los servicios del agua y luz se triplicó, lo cual representa un alto gasto.

En el caso del 22% de los establecimientos que afirmaron pertenecer a asociaciones locales, mencionaron la asociación de restaurantes, artesanos, cámara de comercio, CANACO, asociación de hoteles y moteles de la Riviera Nayarit y el Grupo Modelo México S.A.B. de C.V.; sólo tres asociaciones están vinculadas con la Secretaría de Relaciones Exteriores, en donde, se ha dado promoción nacional y apoyan con descuentos en tramites gubernamentales (Véase Anexo 8).

#### **4.3 Modelo 1-Empleo**

El objetivo del presente modelo es estimar un modelo tal que explicara el comportamiento del empleo en la localidad de Bucerías. Los regresores considerados fueron: porcentaje de turistas nacionales como clientes del establecimiento  $i$  (*TurNacional*), antigüedad del establecimiento  $i$  en años (*Años*), días de servicio del establecimiento  $i$  (*Dias*), horas de servicio (*Horas*), porcentaje de turistas extranjeros como clientes del establecimiento  $i$  (*TurExtr*), productividad del establecimiento  $i$  (*Productividad*), porcentaje de las familias locales como clientes del establecimiento  $i$  (*FamLocal*) y los ingresos del establecimiento  $i$  al mes (*Ingresos*).

El primer modelo está definido de acuerdo a la siguiente Ecuación (16):

$$\begin{aligned}
 \text{Empleo } i = & \beta_1 \text{ Años} + \beta_2 \text{ Dias} + \beta_3 \text{ Horas} + \beta_4 \text{ TurNal} \\
 & + \beta_5 \text{ Productividad} + \beta_6 \text{ TurExtr} + \beta_7 \text{ FamLocal} \\
 & + \beta_8 \text{ Ingresos} + \varepsilon_i
 \end{aligned}$$

Ecuación (16)

Como resultado general se obtuvo que la bondad de ajuste, medida por la  $R^2$  fue de 49.8%, esto indica que el 49% de las variables endógenas (x) explican la variación en el empleo de los establecimientos en Bucerías para la muestra considerada. El Cuadro XXV muestra los resultados del modelo.

Cuadro XXV. Productividad-Modelo 1

Modelo	$\beta$	Estadístico t	Sig.
<i>(Constante)</i>	.164	.058	.954
<i>TurNacional</i>	.000	.015	.988
<i>Años</i>	.048	1.237	.219
<i>Dias</i>	.120	.143	.886
<i>Horas</i>	1.101	2.578	.012*
<i>FamLocal</i>	.008	.353	.725
<i>Ingresos</i>	1.310E-05	7.057	.000*
<i>Productividad</i>	.000	-5.933	.000*
<i>TurExtr</i>	.041	1.798	.075*
a. Variable dependiente: trabajadorec			
Fuente:Elaboración propia			
*Sólo se reportan los coeficientes que fueron estadísticamente significativos al 90%, 95% y 99%			

Las variables estadísticamente significativas fueron: *Horas* (horas que está abierto el establecimiento al día), *Ingresos* y *Productividad* al 95 y 99%. La variable *TurExtr* al 90% (porcentaje de turistas extranjeros como clientes del establecimiento).

Los resultados indican que una hora más de servicio del establecimiento al día, aumenta en 1.101% el empleo en dicho establecimiento; asimismo, un aumento del 1% de turistas extranjeros como clientes, aumenta en 4.1% el empleo en el establecimiento; sin embargo, las variables *Ingresos* y *Productividad* aunque son estadísticamente significativas, no explican el empleo porque sus coeficientes  $\beta$  son cero, es decir, un aumento o disminución de productividad e ingreso del establecimiento no afecta el empleo.

El estadístico F, con un valor de 11.305 y una significancia de 0.00 indica que el modelo es confiable, es decir, los regresores considerados si explican el comportamiento del empleo en Bucerías.

#### 4.4 Modelo 2- Productividad

El modelo 2 tiene el objetivo de explicar la productividad de los establecimientos de la localidad de Bucerías, donde la variable *Productividad* se define como:

$$Productividad = \frac{Ingresos}{Número\ de\ Empleados}$$

En cuanto a la variable *Años*, es la antigüedad del establecimiento *i*; *Dias*, son los días de servicio a la semana del establecimiento *i*; *Horas*, son las horas de servicio al día; *PagaPrestServ*, es la cantidad de salarios mínimos pagados a un prestador de servicios; por lo tanto, el modelo a estimar es de acuerdo a la siguiente Ecuación (17):

$$\text{Productividad } i = \beta_1 \text{Años} + \beta_2 \text{Dias} + \beta_3 \text{Horas} + \text{PagaPrestServ} + \varepsilon_i$$

Ecuación (17)

Los resultados del modelo 2 presentan una bondad de ajuste del 97% de acuerdo al estadístico  $R^2$ ; siendo todas las variables excepto *Años* (antigüedad del establecimiento), estadísticamente significativas al 80%.

Los resultados nos indican que, una hora más de servicio al día disminuye la productividad de la empresa en \$87,383.62 pesos al mes; así como, un día más de servicio a la semana aumenta la productividad en \$166,533 .13 pesos al mes; asimismo, un salario mínimo adicional en la paga del prestador de servicios aumenta la productividad en \$145,532.46 pesos al mes; además un aumento de un 1% en publicidad y promoción, aumenta en \$27,716.70 pesos al mes la productividad. Los coeficientes estimados, son muy altos indicando posiblemente problemas en el modelo, por tanto se hizo un análisis de sensibilidad eliminando los puntos extremos (outliers), sin embargo, los resultados no tienen variación alguna, por lo tanto, los resultados encontrados son correctos. El Cuadro XXVI muestra los resultados del modelo 2.

En términos generales, los modelos de MCO nos indican: (1) la productividad en la localidad de Bucerías, Nayarit, está explicada por el gasto en publicidad y promoción que realizan los establecimientos, los días en los que está en servicio y si se pagan o no a prestadores de servicios y (2) el empleo está explicado por los años de existencia de los establecimientos y los ingresos y la productividad, sin embargo, sin ningún impacto sobre el empleo de acuerdo a los resultado del modelo.

Cuadro XXVI. Productividad- Modelo 2.

Modelo	$\beta$	Estadístico t	Sig.
<i>(Constante)</i>	-562522.890	-3.370	.184*
<i>Años</i>	582.543	.918	.527
<i>Horas</i>	-87383.623	-2.868	.214*
<i>Días</i>	166533.137	3.211	.192*
<i>PagaPrestServ</i>	145532.461	3.104	.198*
<i>Publicidad</i>	27716.702	4.713	.133*
a. Variable dependiente: productividad			
Fuente: Elaboración propia			
*Sólo se reportan los coeficientes que fueron estadísticamente significativos al 90%, 95% y 99%			

#### 4.5 Modelo 3 – Empleo

Teniendo en cuenta que, *Años*, es la antigüedad del establecimiento; *Días*, son los días que está en servicio; *Horas*, son las horas que está en servicio el establecimiento al día; *TurNal*, es el porcentaje de turistas nacionales que el establecimiento tiene como clientes; *TurExtr*, es el porcentaje de turistas extranjeros que el establecimiento tiene como clientes; *Productividad*, es la productividad del establecimiento, *RazonSoc*, se refiere a si el dueño(s) del establecimiento se considera persona física, sociedad o asociación; *Numdeesta*, hace alusión a si es el único establecimiento de ese tipo que tiene el dueño, si es sucursal ó matriz; *Origen*, se refiere al lugar de procedencia del dueño del establecimiento; *FamLocal*, es el porcentaje de las familias locales que el establecimiento tiene como clientes; e *Ingresos*, es el ingreso que el establecimiento tiene al mes.

El modelo Logit Multinomial está especificado en la siguiente Ecuación (18):

$$\text{Empleo } i = \beta \text{Años} + \beta \text{Dias} + \beta \text{Horas} + \beta \text{TurNal} + \beta \text{Productividad} + \beta \text{TurExtr} + \beta \text{RazonSoc} + \beta \text{Numdeesta} + \beta \text{Origen} + \beta \text{FamLocal} + \beta \text{Ingresos} + \epsilon_i \quad \text{Ecuación (18)}$$

La variable *Empleo* fue transformada en tres categorías según se expresa en las siguientes lista:

- 1.- si el establecimiento tiene de 0 a 10 empleados
- 2.- si el establecimiento tiene de 11 a 20 empleados
- 3.- si el establecimiento tiene de 21 a 50 empleados

En este primer modelo, se crearon distintos perfiles de acuerdo a la media de los regresores, para observar el comportamiento principalmente de *TurExtr* (turistas extranjeros) y los cambios en la probabilidad de variación en distintos puntos referenciales. En el siguiente Cuadro XXVII se muestran los resultados correspondientes al primer perfil.

El primer perfil consistió en estimar la probabilidad de tener entre 10 y 20 empleados en el establecimiento cuando el porcentaje de *TurExtr* aumentaba de 43% a 50% ó 75%; teniendo en cuenta las siguientes características de los establecimientos: a) tener en promedio 9 años de antigüedad, b) el dueño del establecimiento sea de origen local, c) el establecimiento esté en servicio por lo menos 3 días y 3 horas al día. Es importante resaltar lo que a continuación se describe, porque *a priori* indicaría que a mayor porcentaje de turistas extranjeros aumentaría la probabilidad de tener entre 10 y 20

empleados en establecimientos en Bucerías, sin embargo no hay variación alguna a medida que se aumenta el porcentaje de *TurExtr*.

Cuadro XXVII. Perfil 1- Empleo

Variable	Empleo=2 Si el establecimiento tiene de 11 a 20 empleados	Empleo=3 Si el establecimiento tiene de 21 a 50 empleados
	$\beta$	$\beta$
<i>constante</i>	-17.3325	-103.212
<i>Años</i>	-0.5277	-0.4569
<i>Días</i>	3.0947	
<i>Horas</i>	-3.134	-3.263
<i>TurNal</i>	-0.0512	1.06
<i>TurExtr</i>	0.0306	0.9101
<i>Productividad</i>	-0.0011	-0.0015
<i>RazonSoc</i>	13.2	
<i>Numdeesta</i>		6.6025
<i>Origen</i>	-13.134	-4.2055
<i>FamLocal</i>	-0.1683	1.044
<i>Ingresos</i>	0.0002	0.0002
<b>Probabilidad</b>	<b>0.0000000</b>	<b>0.9999999</b>

Fuente: Elaboración propia

\*Sólo se reportan los coeficientes que fueron estadísticamente significativos al 90%, 95% y 99%

El segundo perfil se diseñó para estimar la probabilidad de tener de 20 a 50 empleados en el establecimiento; las pruebas de sensibilidad indican que a partir del 35% de porcentaje de turistas extranjeros como clientes del establecimiento, la probabilidad de que el establecimiento *i* tenga entre 20 y 50 empleados es de 94%.

Para el tercer perfil (Véase Cuadro 28), en donde se mantuvieron todas las variables constantes, *-ceteris paribus-*, la variable de cambio fue *Origen* (lugar de procedencia del dueño del establecimiento) siendo 1=Local, 2=Nacional y 3=Extranjero, el modelo Logit Multinomial no muestra evidencia de que la diferencia en el origen tenga un impacto significativo en la probabilidad del número de empleados en el establecimiento *i*.

Cuadro XXVIII. Perfil 3- Empleo

Variables	Empleo=2 Si el establecimiento tiene de 11 a 20 empleados	Empleo=3 Si el establecimiento tiene de 21 a 50 empleados
	$\beta$	$\beta$
<i>constante</i>	-17.3325	-103.212
<i>Años</i>	-0.5277	-0.4569
<i>Días</i>	3.0947	
<i>Horas</i>	-3.134	-3.263
<i>TurNal</i>	-0.0512	1.06
<i>TurExtr</i>	0.0306	0.9101
<i>Productividad</i>	-0.0011	-0.0015
<i>RazonSoc.</i>	13.2	
<i>NumdeEst.</i>		6.6025
<i>Origen</i>	-13.134	-4.2055
<i>Familia Local</i>	-0.1683	1.044
<i>Ingresos</i>	0.0002	0.0002
<b>Probabilidad</b>	4.19825E-18	1.50572E-19
Fuente: Elaboración propia		
*Sólo se reportan los coeficientes que fueron estadísticamente significativos al 90%, 95% y 99%		

#### 4.6 Modelo 4 – Productividad

Teniendo en cuenta que, *Años*, es la antigüedad del establecimiento; *Horas*, son las horas que está en servicio el establecimiento al día; *PagaPrestServ*, es la cantidad de salarios mínimos que un prestador de servicios (camarista, jardinero, recepcionista, etc.) recibe como remuneración; *Publicidad*, se refiere al porcentaje de los ingresos que el establecimiento invierte en publicidad y promoción; *Origen*, se refiere al lugar de procedencia del dueño del establecimiento; *Ingresos*, es el ingreso que el establecimiento tiene al mes; *Trabajadorec*, se refiere al número de empleados que tiene el establecimiento; *ActXtrabaja*, es el número de actividades que el trabajador tiene que desempeñar dentro del establecimiento; *Empresafamiliar*, es el establecimiento que tiene como empleados a sus mismos integrantes de familia; *TurNal*, es el porcentaje de turistas nacionales que el establecimiento tiene como clientes; y *RazonSoc*, se refiere a si el dueño (s) del establecimiento se considera persona física, sociedad o asociación.

El modelo Logit multinomial está especificado de acuerdo a la siguiente Ecuación (19):

$$\begin{aligned} \text{Productividad } i = & \beta \text{Años} + \beta \text{Horas} + \beta \text{PagaPrestServ} + \beta \text{Publicidad} + \beta \text{Trabajadorec} + \\ & \beta \text{ActXtrabaja} + \beta \text{Empresafamiliar} + \beta \text{TurNal} + \beta \text{RazonSoc} + \\ & \beta \text{Origen} + \beta \text{Ingresos} + \varepsilon_i \end{aligned} \quad \text{Ecuación (19)}$$

La variable *Productividad* se categorizó en los siguientes intervalos:

- 1 si el establecimiento tiene una productividad de \$0 a \$100,000.00 pesos al mes.
- 2 si el establecimiento tiene una productividad de \$100,001.00 a \$200,000.00 pesos al mes.
- 3 si el establecimiento tiene una productividad de \$200,001.00 a \$300,000.00 pesos al mes.
- 4 si el establecimiento tiene una productividad de \$300,001.00 a \$400,000.00 pesos al mes.

Es necesario mencionar qué la productividad es la razón de:

$$Productividad = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Número de Empleados}}$$

Debido a que una vez que se operacionalizaron las variables, los resultados encontrados parecen atóxicos, ya que, para que una empresa aumente su productividad el establecimiento lo hará con un número menor de trabajadores; sin embargo, a pesar de esperar lo contrario (aumentar la productividad con más empleados) es necesario enfatizar que el turismo no es considerara una actividad productiva a diferencia de la industria, por lo tanto, los resultados encontrados se consideraron viables.

El primer perfil (Véase Cuadro XXIX), en este modelo tiene las siguientes especificaciones: a) el establecimiento tiene una antigüedad de por lo menos 9 años, b) es de origen local, c) es empresa familiar, d) está en servicio por lo menos 3 horas al día y e) la variable de cambio fue la de *Trabajadorec* al pasar de 5 a 10 y 30 empleados. La probabilidad de que una empresa con 5 empleados tenga una productividad de

\$300,001.00 a \$400,000.00 es el 10% y va decreciendo dicha probabilidad a medida que aumenta el número de empleados.

Cuadro XXIX. Perfil 1-Productividad

Variable	Productividad=2 Si el establecimiento tiene una productividad de \$100,001.00 a \$200,000.00	Productividad=4 Si el establecimiento tiene una productividad de \$300,001.00 a \$400,000.00
	$\beta$	$\beta$
<i>constante</i>	-22.7985	-25.2187
<i>Años</i>	-0.09	
<i>Horas</i>	0.7247	
<i>PagaPrestServ</i>	-0.4706	
<i>Publicidad</i>	4.53358	-0.818564
<i>Origen</i>	-4.2171	
<i>Ingresos</i>	0.0000008	0.0000011
<i>Trabajadorec</i>	-1.3771	-0.208083
<i>ActXtrabaja</i>	3.9889	
<i>EmpresaFamiliar</i>	2.3164	
<i>RazonSoc</i>	-1.96886	
<i>TurNacional</i>	0.0342	
<i>Probabilidad</i>	0	0.10763878
Fuente: Elaboración propia		
*Sólo se reportan los coeficientes que fueron estadísticamente significativos al 90%, 95% y 99%		

Se enfatiza que independientemente del nivel de productividad de la empresa, el resultado general es que para aumentar la productividad debe disminuir el número de empleados.

En el segundo perfil (Véase Cuadro XXX) se analizó la variable *Publicidad*, en donde, se observó lo siguiente:

*Corolario 1: Si la empresa gastará el 1% de sus ingresos en publicidad y promoción tendría una probabilidad del 55% de tener una productividad de \$100,001.00 a \$200,000.00 pesos al mes.*

*Corolario 2: Si la empresa gastará el 1.5% tendrían un 92% de probabilidad de tener una productividad de \$100,001.00 a \$200,000.00 pesos mensuales.*

Cuadro XXX. Perfil 2- Productividad

Variables	Productividad=2 Si el establecimiento tiene una productividad de \$100,001.00 a \$200,000.00	Productividad=4 Si el establecimiento tiene una productividad de \$300,001.00 a \$400,000.00
	$\beta$	$\beta$
<i>constante</i>	-22.7985	-25.2187
<i>Años</i>	-0.09	
<i>Horas</i>	0.7247	
<i>PagaPrestServ</i>	-0.4706	
<i>Publicidad</i>	4.53358	-0.818564
<i>Origen</i>	-4.2171	
<i>Ingresos</i>	0.0000008	0.0000011
<i>Trabajadorec</i>	-1.3771	-0.208083
<i>ActXtrabaja</i>	3.9889	
<i>EmpresaFamiliar</i>	2.3164	
<i>RazonSoc</i>	-1.96886	
<i>TurNacional</i>	0.0342	
<i>Probabilidad</i>	0.923291516	0.126208947
Fuente: Elaboración propia		
*Sólo se reportan los coeficientes que fueron estadísticamente significativos al 90%, 95% y 99%		

El resultado general indica que si las empresas de Bucerías invirtieran un porcentaje mínimo (1% ó 2%) de sus ingresos en publicidad tendrían una probabilidad de más del 50% de obtener una productividad de entre \$100,001.00 y \$200,000.00 pesos al mes.

En la razón de probabilidades (la cual linealiza la ecuación del modelo, respetando el objetivo de que los valores estimados caigan dentro del rango 0-1) se observa que las empresas que gastan 1.5% de sus ingresos en publicidad con respecto a las que gastan 1% tienen un 66% más de probabilidad de obtener una productividad de entre \$100,001.00 y \$200,000.00 pesos al mes.

En el tercer y último perfil, si una empresa gasta 1% de sus ingresos en publicidad tiene 12% de probabilidad de tener una productividad de entre \$300,001.00 y \$400,000.00 pesos al mes. Si la empresa gastara 1.5% en publicidad su probabilidad de pertenecer a este grupo sería del 13%.

Para las empresas en el rango de productividad de \$100,001.00 y \$200,000.00 pesos al mes, el gasto en publicidad es relevante para poder obtener este tipo de beneficios.

En cuanto a las empresas en el rango de \$300,001.00 y \$400,000.00 pesos al mes, un incremento en el gasto de publicidad no aumenta significativamente de tener estos niveles de productividad.

Los modelos de econometría aplicados en esta tesis (Mínimos Cuadrados Ordinarios y Modelos de Variables Dependientes Limitados, en particular el Modelo Logit Multinomial) permiten visualizar con mayor profundidad las principales variables de este trabajo, las cuales son, empleados y productividad; donde, se obtuvieron resultados concretos. Es importante resaltar que complementan la parte descriptiva y cualitativa de la tesis. Estos estudios son importantes porque han sido utilizados de manera limitada en los estudios aplicados y en el caso de la localidad Bucerías es un estudio singular, debido a su enfoque particular por el empleo turístico y por los modelos de análisis de datos utilizados; lo cuál a su vez hace de esta investigación el inicio de los resultados

reales que el turismo trae consigo no sólo para Bucerías, sino para todo el estado de Nayarit.

#### 4.7 Concordancia y discrepancias de las políticas de impulso al turismo en Bucerías en los tres órdenes de gobierno.

Dentro de las concordancias que se encuentran en los planes y programas que cada nuevo representante político proponen ya sea a nivel nacional, estatal o municipal se observan estrategias encaminadas hacia la generación de empleo mejor remunerado, reducción del empleo informal, impulsar al turismo como estrategia de desarrollo y crecimiento económico, impulsar a micro, pequeñas y medianas empresas y brindarles financiamiento para el equipamiento, entre otras más.

En el Cuadro XXXI se realiza una comparación de las políticas públicas de impulso al turismo en los tres órdenes de gobierno con la situación actual de Bucerías, cumpliendo así con el objetivo específico número tres.

Cuadro XXXI. Estrategias planteadas en los planes y programas a nivel nacional, estatal y municipal y su comparación con los resultados obtenidos.

Nacional	Estatal	Municipal
<p><b>Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018</b></p> <p>a) Llevar a cabo políticas públicas que eliminen los obstáculos que limitan el potencial productivo de las empresas y ciudadanos.</p> <p>b) Reducir la informalidad y generar empleos mejor remunerados, a través de políticas de seguridad social que disminuyan los costos que enfrentan las empresas al contratar a trabajadores formales.</p> <p>c) Apoyar la inserción exitosa</p>	<p><b>Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2011-2017</b></p> <p>a) Ofrecer apoyo a los empresarios con la mejora de la calidad de los productos para cumplir con las normas necesarios y ubicarlos en el mercado a través de eventos de difusión turística</p> <p><b>Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2005-2011</b></p> <p>a) Impulsar el desarrollo</p>	<p><b>Plan de Desarrollo Municipal de Bahía de Banderas 2014-2017</b></p> <p>a) Impulsar a pequeñas y medianas empresas para la creación de negocios que fortalezcan su economía.</p> <p>b) Ofrecer apoyo a productores para ubicarlos en el mercado local a través de eventos de difusión turística.</p> <p>c) Facilitar financiamiento a las pequeñas y medianas empresas para su apertura y equipamiento.</p> <p>d) Facilitar la creación y</p>

<p>de las micro, pequeñas y medianas empresas a las cadenas de valor de los sectores de mayor dinamismo.</p> <p><b>Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012</b></p> <p>a) Apoyar el desarrollo económico mediante la promoción de la oferta turística.  b) Apoyar el desarrollo económico, social y político mediante la identificación de nuevas oportunidades para las empresas.  c) Diversificar las fuentes de crecimiento de la economía y asegurar un crecimiento balanceado con políticas que contribuyan al crecimiento de la demanda interna en las pequeñas y medianas empresas y en el sector turismo.  d) El sector turismo es prioridad nacional como factor de desarrollo y motor de crecimiento con elevada productividad y empleo bien remunerado.</p> <p><b>1er Informe de labores 2012-2013 de la Secretaría de Turismo</b></p> <p>a) Incentivar a las micro, pequeñas y medianas empresas mediante apoyos económicos  b) Potenciar al máximo la productividad de los sectores asociados a la actividad turística.</p>	<p>económico, con generación de empleos productivos y bien remunerados de calidad.  b) Brindar mayor capacitación en materia de competitividad e impulsar proyectos y financiamiento a micro, pequeñas y medianas empresas.</p>	<p>consolidación de las micro, pequeñas y medianas empresas.  e) Ofrecer capacitación y certificación de competencias laborales de los trabajadores conforme a lo que requiere el sector productivo.</p> <p><b>Plan Municipal de Desarrollo de Bahía de Banderas 2011-2014</b></p> <p>a) Impulsar la competitividad del municipio a través del desarrollo armónico del turismo como eje articulador del desarrollo económico y sostenido para la generación de empleos.  b) Impulsar el desarrollo del turismo así como la creación y consolidación de cadenas productivas locales.</p>
<p>Fuente: Elaboración propia con información de Gobierno de la República (2013a), Poder Ejecutivo Federal (2007), (Organismo del Gobierno del Estado de Nayarit (2012), Gobierno del Estado de Nayarit(2005), Poder Legislativo del estado de Nayarit (2012), Organismo del Gobierno del Estado de Nayarit (2009), Organismo del Gobierno del Estado de Nayarit (2014) y H. VIII Ayuntamiento (2011).</p>		

Sin embargo, existen discrepancias entre lo planteado y la situación actual del empleo que se encontró en los resultados del cuestionario aplicado a los establecimientos

característicos y conexos al turismo de Bucerías, ya que la reducción de empleo informal en la localidad es un fracaso debido a que el 65% de los establecimientos turísticos encuestados se encuentran dentro de la informalidad.

En cuanto a las estrategias de impulso al turismo como generador de empleo se observa que es mínimo el empleo generado, debido a que en temporada alta de turismo nacional, en los meses junio-julio 2014 el 95% de los establecimientos mencionó no haber contratado más empleados; para los meses diciembre 2014-enero 2015 que es temporada alta de turismo extranjero el 67% de los establecimientos afirmó no contratar a más trabajadores; asimismo, se busca apoyar con financiamiento a las Mipymes, mientras que en el levantamiento de datos de 100 encuestados sólo dos establecimientos mencionaron haber obtenido apoyo de gobierno y también afirmaron no haber recibido capacitación profesional para brindar un mejor servicio de calidad por parte de gobierno; además dentro de los Planes de Desarrollo Nacional se plantea el turismo como una actividad altamente productiva, lo cual es incorrecto según los resultados obtenidos en esta tesis, son pocos los establecimientos en Bucerías que se encuentran por arriba de la media en el cálculo de la productividad y además corresponden con lo reportado por Benkovic & Mejía (2008) quienes describen al turismo como una actividad de productividad baja.

## CONCLUSIONES

En el transcurso de la investigación se cumplió con cada uno de los objetivos establecidos como propósitos de la investigación; en cuanto a los objetivos específicos, el primero se logró gracias a la lista de las licencias de funcionamiento y la clasificación de las actividades características y conexas al turismo; para el cumplimiento del segundo y tercer objetivo se aplicó la encuesta a los establecimientos de Bucerías; es así como a su vez se logró cumplir con el objetivo general, es decir, se valoró la generación del empleo turístico en Bucerías así como, su formalidad, especialización y productividad del empleo, además se identificaron las características empresariales; los resultados obtenidos se plasmaron en el capítulo IV.

En cuanto a la hipótesis propuesta para la presente investigación fue aceptada, debido a que el empleo en Bucerías se confirmó que es generado por actividades características al turismo, el cual tiene fluctuaciones ocasionadas por la estacionalidad del turismo; lo cual a su vez genera el empleo informal y como consecuencia la especialización y productividad de las ramas de actividad características y conexas es variable.

Bucerías es un destino turístico de sol y playa. Debido a la implementación del polo de desarrollo turístico en la costa sur de Nayarit el turismo se convirtió en la actividad económica principal de la localidad, donde, su oferta turística y conexas creció de manera acelerada y sin planificación; Perroux (citado por González & Villa, 2002) afirmaba que una de las características de los polos de desarrollo es que de una localidad a otra se suministren de materia prima para impulsar así el desarrollo regional; sin embargo, para la mayoría de los establecimientos de Bucerías sus proveedores son de otros estados,

incluso la misma población prefiere hacer sus compras en tiendas departamentales; lo cuál complica los beneficios del desarrollo en la localidad.

El impulso de la actividad turística en la localidad de Bucerías no ha propiciado el desarrollo buscado por los gestores, esto visto desde lo propuesto por Rionda (2005) debido a que, el impulso del turismo no fue propuesto por la población como alternativa a su economía sino como estrategia de desarrollo turístico que impulsara la construcción de empresas hoteleras y la captación de inversiones; además, el progreso/bienestar no se ve reflejado en la población, asociado al impulso e importancia que se le dio a la actividad turística dejando rezagado el sector primario; en lo que respecta al empleo generado por el turismo, se observa en los resultados que es empleo informal, por lo tanto el trabajador no recibe ninguna prestación de Ley, además debe considerarse que una parte de la población sólo tiene empleo mientras es temporada alta y llega a ser contratado sólo por 15 días, y por la estacionalidad del turismo en la localidad el salario pagado al empleado es variable. En el sentido opuesto, se observa el crecimiento del turismo inmobiliario y las altas tasas de crecimiento poblacional.

En la localidad de Bucerías, se observa que el sector moderno en el cuál basa su economía la localidad, principalmente en el turismo, no está abasteciendo a la localidad de empleo; contrastando el modelo de Lewis (según Ray, 2002) el cual se basa en el factor trabajo que abunda en el sector tradicional y que el sector moderno absorberá este excedente de mano de obra.

Es decir, el turismo no está absorbiendo el excedente de trabajo que en el sector tradicional en este caso la pesca, agricultura, existía; en los 70's el sector tradicional era muy importante para la subsistencia de Bucerías, en donde más del 90% de su población era económicamente activa (Fonseca, 2009); sin embargo, el impulso del turismo en la

región incrementó en un 7.8% anual la población de Bucerías de 1940 al 2010; la superpoblación hizo que aumentara este excedente de mano de obra, misma que el turismo aun no puede absorber y además nótese que la población aún continúa en el sector informal, es decir, son escasos los establecimientos que ofrecen prestaciones de Ley a sus empleados y el subempleo es alto debido a la estacionalidad del turismo en la localidad; entonces la oportunidad de un empleo “mejor” es mínima; por lo tanto lo propuesto por Lewis en esta investigación y para el caso de Bucerías, no resulta ser el marco que explique la dinámica, al no existir el pleno empleo en la localidad.

Por su parte, el modelo del sector formal de Todaro (citado por Escalaith, 2008) explica la situación del empleo en Bucerías; ya que el empleo informal abunda en la localidad, lo que permite absorber a la población de baja calificación, lo cual resulta atractivo para el migrante y provoca que estos compitan por este tipo de empleo y por los servicios públicos con la población. Asimismo, es necesario señalar el papel que juega el Estado, ya que las prácticas que facilitan a las grandes cadenas los recursos necesarios para poner sus empresas en lugares donde lo local no puede competir con sus precios y productos dan como resultado obstáculos para el tan buscado “desarrollo”.

Es necesario insistir en los resultados obtenidos en el cálculo de la productividad de los establecimientos en Bucerías, ya que se observa que sólo el 23% de los establecimientos están por arriba de la media, es decir, se consideran productivos; menciona Weller (2004) que esta situación se origina debido a que el sector servicios no es una actividad de alta productividad, y con ello la posibilidad de ser motor de crecimientos y/o desarrollo para la región es limitada. En este sentido se puede establecer que el turismo genera empleo pero no productividad; lo cual, coloca en una posición difícil a los que luchan por impulsar el desarrollo, en donde, se tiene que elegir entre productividad o

generar más empleos y así contribuir a la disminución de las tasas de desempleo, además la actividad turística se considera como una actividad de baja calificación, es decir, no se requiere estar capacitado o preparado para obtener un empleo, como en el caso de los meseros, entre otros; por lo cual, es que las políticas públicas se inclinan hacia el turismo.

Se han diseñado políticas públicas en los tres órdenes de gobierno buscando construir infraestructura hotelera, impulsar pequeñas y medianas empresas, con la finalidad de generar nuevos empleos mejor remunerados, incluso apuestan por los empleos que se generan en temporada alta del turismo, lo cual daría como resultado mayores niveles de ingreso; sin embargo, la intervención de la política de desarrollo que se han propuesto para corregir las disparidades en las regiones no cumplen con su objetivo, debido a que agudiza aun más estas disparidades, lo cual complica el proceso de desarrollo y Bucerías no es la excepción. Tan solo, en el proyecto Costa Capomo se pronostica que se generarán 40 mil empleos (Prensa Nayarit, 2014), además se afirma que hubo un incremento de un 52.4% en lo que respecta a la generación de empleos en el período de 2012-2015, en 2012 se calculó que 17,812 personas trabajaban en el sector turístico y en 2015 son 27,158 personas (Periodico Express de Nayarit, 2015).

En Bucerías la temporada alta del turismo no ha dado el resultado esperado por los impulsores de la actividad turística, se observa cuantos empleos son los que se generan en temporada alta para el turismo nacional (junio - julio 2014) donde los establecimientos mencionaron no contratar más personal, mientras que en temporada alta de turismo extranjero (diciembre 2014 – enero 2015) sólo un 33% dijo haber contratado a una persona, pero las razones de la contratación no es precisamente la temporada alta, si no, por alguna vacante; asimismo, es necesario reafirmar que una

cantidad considerable de establecimientos (74%) mencionó no haber contratado personal desde la puesta en marcha del establecimiento, esta situación predomina principalmente en los condominios, en donde se evita a toda costa la rotación de personal, esto debido a que a los extranjeros (estadounidenses) no les agrada que se cambie de personal año con año. Además los empleos que se generan en temporada alta son temporales, es decir, el empleado trabaja desde 15 días hasta 5 meses.

Los establecimientos encuestados mencionaron no haber contado con apoyo de gobierno o del Ayuntamiento de Bahía de Banderas, por el contrario se observa que lejos de darles apoyo el costo de los servicios públicos de agua y luz pública se triplica, siendo el costo por estos servicios es igual al de la renta del local, que se traduce en una complicación para el funcionamiento de estos establecimientos debido a los altos gastos de operación; además el costo por los anuncios es alto, por lo tanto los establecimientos prefieren quitar su publicidad, lo cual, ocasiona que la relación publicidad-productividad se vea afectada, ya que el invertir poco en publicidad ocasiona una disminución en la productividad del establecimiento.

La estructura empresarial en México es del 95.6% Mipymes, las cuales contribuyen con un 15% al PIB (Ampudia citado por Días, 2011), los resultados muestran que la representatividad de la microempresa en Bucerías que es del 94% va acorde a los resultados nacionales. Asimismo, la representatividad de la microempresa en Bucerías es un fenómeno al cual es necesario prestar atención; además, se encuentra la creación de empresas familiares, en donde, el familiar empleado no recibe remuneración ni prestaciones de Ley; también existen establecimientos que durante la temporada baja del turismo (alrededor de 6 meses) se ven obligados a cerrar, ya que los gastos son altos y las ganancias nulas durante esos meses; estos obstáculos a los cuales las microempresas

locales y sus empleados se enfrentan día a día son consecuencia de la competencia desleal con empresas más grandes o empresas extranjeras, lo que ocasiona que las empresas locales se estanquen (Santana, 2003); además las metas de las microempresas turísticas son escasas debido a que la mayoría no aspira a crecer (Thomas, 2000).

Por lo cual, es importante encaminar acciones al fortalecimiento de la microempresa, ya sea a partir de estrategias por parte del gobierno en cualquiera de sus niveles, por las mismas empresas a partir de asociaciones y grupos, así como por parte de las Instituciones de Educación Superior, que fortalezcan la actividad empresarial, la cual, brinde al empleado prestaciones de Ley y se disminuya el empleo no remunerado, como lo han hecho en otras latitudes y sectores, que han permitido la conformación de clusters, aprovechando las capacidades locales.

Se debe apostar por una mayor productividad en el país, ya que esto traería consigo más beneficios a la población, así como diseñar políticas públicas que impulsen la productividad y las empresas locales; no obstante, es necesario reconocer que el turismo es una actividad con un nivel de productividad bajo debido a su intangibilidad, a que no se puede almacenar y además el servicio no puede ser examinado antes de la compra (Benkovic & Mejía, 2008); la situación en Bucerías y en otros lugares del país es que los gestores públicos por invertir en el impulso de este sector se olvidan de otros sectores que pudieran impulsar el verdadero desarrollo regional tal es el caso de la industria manufacturera, la agricultura, entre otros.

Además, es importante identificar en que etapa del su ciclo de vida el destino turístico se encuentra, esto con la finalidad de tomar decisiones para impedir que llegue al declive, lo que puede evitarse mediante estrategias para lo cual es vital identificar las ventajas comparativas, así como evaluar y replantear las ventajas competitivas que aseguren la

permanencia del destino en el mercado para lograr obtener los resultados deseables que por supuesto beneficien a la población; sin embargo, es desagradable saber que la tendencia es el modelo capitalista, es decir, seguir implementando el turismo como generador de empleos e ingresos pero sólo para unos cuantos en donde la población local no tiene cabida.

Es así como se afirma que las acciones y estrategias implementadas para impulsar la actividad turística en Bucerías como generadora de empleos no se ha visto reflejado en el desarrollo de la localidad, los beneficios corresponden sólo a quienes disponen de gran capital que se aprovechan las disparidades de la política pública.

Por lo tanto, la propuesta es apostar por actividades productivas, tales como la industria o por una educación de alta especialización; además de planear estrategias de recuperación del sector primario ya sea mediante cadenas productivas, donde, cada participante del proceso obtenga beneficios.

Las limitaciones a lo largo de la investigación fueron: a) la poca información de la zona de estudio, b) el tiempo para la aplicación de cuestionarios y c) la falta de disponibilidad y accesibilidad del empresario para reponder el cuestionario.

Las limitaciones a futuro son: a) los resultados están limitados sólo a ciertas variables lo cual no permite generar más información para Bucerías.

Esta investigación abre nuevas líneas de investigación con respecto al impacto del turismo en la generación de empleo, dentro de las cuales se proponen:

1. Competitividad y calidad de las empresas características del turismo.
2. Condiciones de la microempresa turística.
3. Transición del sector primario al terciario.
4. Impacto ambiental del sector turístico.

Ya que la ausencia de información a nivel destino turístico representa una barrera para los tomadores de decisiones, debido a que se plantean estrategias sin las bases necesarias que permitan el impulso del desarrollo bajo modelos aptos según las características de la localidad, y así los habitantes obtengan los beneficios esperados. Cabe mencionar que esta investigación puede ser aplicada en los destinos colindantes a Bucerías debido a la similitud.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ajala, O. A. (2008). Employment and Income Potentiality of Tourism Development in Amhara Region Ethiopia. *Ethiopian Journal of Environmental Studies and Management*, 1 (2), 74-82. Recuperado de <http://www.ajol.info/index.php/ejesm/article/view/41584>
- Albuquerque, F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. *Revista de la CEPAL* 82, 157-171. Recuperado de [http://digital.csic.es/bitstream/10261/10544/1/lcg2220eAlbuquerque.pdf?origin=publication\\_detail](http://digital.csic.es/bitstream/10261/10544/1/lcg2220eAlbuquerque.pdf?origin=publication_detail)
- Alexandru, N. (2005). Particularitățile și structura pieței turistice (The Characteristics and Structure of the Tourism Market). *Amfiteatru Economic* (18), 48-55. Recuperado de <http://ssrn.com/abstract=1266629>.
- Andrés, J. L. (1998). Turismo y empleo femenino. *Cuadernos de turismo*, (1), 9-27. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/24591>
- Arnaiz, S. M. & Dachary, A. C. (2004). Desarrollo regional y turismo: el caso de Bahía de Banderas. *Carta Económica regional*, 17 (90), 41- 46. Recuperado de <http://cartaeconomica.cucea.udg.mx/administracion/uploads/articulo54.pdf>
- Arnaiz, S. & Dachary, A. (2002). *Globalización, Turismo y Sustentabilidad, Puerto Vallarta*, Jal.: Universidad de Guadalajara.
- Arroyo, L. & Gutiérrez, E. M. (2006). Turismo y empleo. *Teoría y Praxis*, (137-146). Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929731>
- Barrón- Arreola, K. S. & Madera- Pacheco, J. A. (2010). Especialización y productividad del sector servicios en Nayarit. *Economía, Sociedad y Territorio*, X (33), 455-484. Recuperado de <http://est.cmq.edu.mx/index.php/est/article/viewFile/144/148>

- Barrón, K. S., Castro, U. & Madera, J. J. (2014). Turismo y Empleo en México: Una primera aproximación. En J. I. Urciaga (Ed.), *Temas selectos de turismo y economía en México* (pp. 95-122).
- Barrón, K. S. & Castro, U. (2015). Especialización y Productividad del sector turístico en México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 8 (5), 45-61.
- Barroso, M. & Flores, D. (2006). La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico. *Cuadernos de Turismo*, (17), 7-24. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/18311>.
- Becerra, M. E. (2009). Turismo y trabajo: Una aproximación desde el mercado hotelero. *Revista de estudios regionales y mercado de trabajo* (5), 71-86. Recuperado de [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.4520/pr.4520.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4520/pr.4520.pdf)
- Becic, E. & Crnjar, K. (2009). Trends on the tourism labour market. *Tourism and Hospitality Management* 15 (2), 205-216. Recuperado de [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2068714](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2068714)
- Benkovic, A. & Mejía, J. (2008). Tourism as a driver of economic development: the Colombian experience. *Economía y Finanzas* (08-08), 1-36. Recuperado de <http://ssrn.com/abstract=2475871>
- Bensey, G. (2006). El espacio turístico litoral. *Aportes y Transferencias*, 2, 102-122. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/276/27610208.pdf>
- Bensey, G. (2007). El turismo en México, apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral. *Aportes y Transferencias*, 11 (2), 13-34. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/276/27611202.pdf>
- Blake, A., Sinclair, M. & Campos, J. (2006). Tourism productivity: evidence from the United Kingdom. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 1099-1120

Boisier, S. (2007). *Territorio, estado y sociedad en Chile. La dialéctica de la descentralización: entre la geografía y la gobernabilidad*. Universidad de Alcalá, España.

Bonales, J. (2002). Modelos competitivos de empresas exportadoras de Aguacate en Michoacán. En V. A. Acevedo & J. C. Navarro (Eds.), *Economía y Desarrollo Regional en México* (pp. 209-235). Morelia, Michoacan: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, Universidad de Guadalajara, Academia Mexicana de Ciencias Económicas, A.C. & Centro de Estudios para el Desarrollo Nacional, S.C.

Bosch, J. L., Suárez, S. & Olivares, G. (2004). La Importancia de la Generación de Empleo como Dinamizadora del Desarrollo Local en un Centro Turístico. Caso: San Carlos de Bariloche. *Aportes y Transferencias*, 8 (002), 25-44. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/276/27680203.pdf>

Brown, A. J. & Burrows, E. M. (1977). *Regional Economic Problems. Comparative Experiences of some Market Economies*. George Allen and Unwin: London.

Camisón, C. & Monfort, V. (1998). Estrategias de reposicionamiento para destinos turísticos maduros: el caso de la Costa Blanca. *Estudios Turísticos*, (135), 5-28. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2197463>

Castro, A. U. (2009). *Estructuras regionales emergentes y desarrollo turístico sustentable: la región Costa Sur de Nayarit, México* (Tesis doctoral). Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta, Jalisco.

Castro, A. U. & López, C. H. (2010). Desarrollo regional y turismo: revisión histórico estructural de la Riviera Nayarit, México. *Turydes*, 3(8). Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/08/>

Chávez, R. M., Cifuentes, J. L., Andrade, E., Bravo, M. & Espinoza, R. (S.F.). Impactos del turismo en las comunidades pesqueras de la Bahía de Banderas, Nayarit- Jalisco. 23-40. Recuperado de <http://www.enip.com.mx/ap2-2.pdf>

Cheong, W. M. (2009). Employment Characteristics and Trends of Tourism-related Industries. *Research and Statistics Department, Monetary Authority of Macao*, 67-89. Recuperado de [http://www.amcm.gov.mo/publication/quarterly/Oct2009/Employment\\_en.pdf](http://www.amcm.gov.mo/publication/quarterly/Oct2009/Employment_en.pdf)

Cifras históricas de inversión y empleo en Riviera Nayarit. (2014, 29 de agosto). *Prensa Nayarit*. Recuperado de <http://www.nayarit.gob.mx/nota.asp?nota=4063>

Cooper, C. (2007). Los factores determinantes y las previsiones para la demanda turística. En Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (Eds.), *El turismo teoría y práctica* (pp.157 - 187). Vallehermoso, Madrid: Síntesis.

Coraggio, J.L. (Junio, 2005). Desarrollo regional, espacio local y economía social. *Seminario Internacional: Las regiones del Siglo XXI entre la globalización y la democracia local*. Seminario Internacional organizado por el Instituto Mora, México. Recuperado de [http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/desarrollo\\_regional\\_\\_espacio\\_local\\_y\\_economia\\_social\\_jose\\_luis\\_coraggio.pdf](http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/desarrollo_regional__espacio_local_y_economia_social_jose_luis_coraggio.pdf)

De la Tejera, E. & López J.H. (2009). La responsabilidad social corporativa de las organizaciones turísticas (Caso Riviera Nayarit, México). *Revista de Ocio y Turismo*, (2), 59-81. Recuperado de [http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/2183/7692/1/ROT\\_2\\_art\\_3.pdf](http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/2183/7692/1/ROT_2_art_3.pdf)

De Pablo, J. & Carretero, A. (2001). Evolución de las teorías de desarrollo rural: la aplicación en España. *Revista Investigaciones Sociales*, (7) 151- 172. Recuperado de

[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibVirtualData/publicaciones/inv\\_sociales/N07\\_2001/a08.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibVirtualData/publicaciones/inv_sociales/N07_2001/a08.pdf)

De Sicilia, R. A. (2000). El corredor turístico Loreto-Napoló- Puerto Escondido, Baja California Sur, en el contexto de los Centros Integralmente Planeados. *Cuadernos de Turismo*, (5), 53-68. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/22741>

Días, S. (2011). La microempresa en el desarrollo regional en México. *Revista Memorias*, 10 (17), 21-32.

Domínguez, R. (2001). La creación de clúster turísticos como instrumento para la mejora competitiva de los destinos: una aplicación a las Rías Bajas Gallegas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 7 (3), 119-138. Recuperado de <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v07/073119.pdf>

Escalaith, H. (2008). Dualismos antiguos y contemporáneos en América Latina y Asia: productividad laboral, competitividad internacional y distribución del ingreso. *Revista Trabajo*, (5), 5-35. Recuperado de [http://www.izt.uam.mx/sotraem/Documentos/Trabajo\\_5.pdf#page=5](http://www.izt.uam.mx/sotraem/Documentos/Trabajo_5.pdf#page=5)

Escalaith, H. (2006). Industrialización truncada y terciarización sustitutiva en América Latina. *Revista Latinoamericana de Economía*, 37 (147), 45-80 Recuperado de <http://www.journals.unam.mx/index.php/pde/article/view/7633/7122>

Espinosa-Coria, H. (2013). El origen del proyecto turístico Cancún, México: Una valoración de sus objetivos iniciales a 42 años de su nacimiento. *Liminar, Estudios Sociales y Humanísticos*, XI (1), 154-167. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/745/74527869010.pdf>

En Europa, Ney González genera desarrollo económico y empleos. (2009, 27 de enero). *Periódico Express de Nayarit*. Recuperado de <http://www.periodicoexpress.com.mx/nota.php?id=216471>

Fernández, C. (2011). El auge del turismo y el declive del sector agrícola en Bahía de Banderas, Nayarit. *Revista Fuente*, (2), 54-70. Recuperado de <http://fuente.uan.edu.mx/publicaciones/03-07/6.pdf>

Filho, F. C., Martins, J. & Sales de Lima, P. (Junio, 2004). Análise dos impactos dos investimentos no turismo sobre a geração de emprego e renda. *III Encontro Brasileiro de Estudos Regionais*. Recuperado de <http://ssrn.com/abstract=2425766>

Fonseca, M. A. (2009). Punta Mita en la dinámica del desarrollo turístico regional. *El Periplo Sustentable*, (16), 85-108. Recuperado de [http://www.uaemex.mx/plin/psus/periplo16/articulo\\_04.pdf](http://www.uaemex.mx/plin/psus/periplo16/articulo_04.pdf)

Fonseca, M. A. (2003). El desarrollo turístico y su impacto al ambiente social y natural: Caso de estudios Bucerías, Nayarit. *V Congreso nacional de Investigación Turística*. Conferencia llevada a cabo en el congreso SECTUR- CESTUR, Mazatlán, Sinaloa.

García, F. (2002a). Gobierno local y promoción económica internacional: Jalisco 1995-2001. En Acevedo, V. A. & Navarro, J. C. (Eds.), *Economía y Desarrollo Regional en México* (pp.131-152). Morelia, Michoacan: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, Universidad de Guadalajara, Academia Mexicana de Ciencias Económicas, A.C. & Centro de Estudios para el Desarrollo Nacional, S.C.

García N. (2002b). Latinoamericanos buscando lugar en este siglo. Recuperado de <http://www.yuss.me/doc/as10.pdf>

- Guisan, M & Ahuayo, E. (2001). Employment and regional development in France. *Applied Econometrics and International Development* 1, 63- 92. Recuperado de <http://www.usc.es/economet/reviews/aeid113.pdf>
- Gobierno de la República. (2013a). Plan Nacional de Desarrollo 2013- 2018. *Diario Oficial de la Federación*. Recuperado de [http://www.snieg.mx/contenidos/español/normatividad/MarcoJuridico/PND\\_2013\\_2018.pdf](http://www.snieg.mx/contenidos/español/normatividad/MarcoJuridico/PND_2013_2018.pdf)
- Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos. (2013b). *1er Informe de Gobierno 2012-2013*. México. Recuperado de [http://www.diariamente.com.mx/1\\_IG\\_DOCUMENTO\\_ESCRITO.pdf](http://www.diariamente.com.mx/1_IG_DOCUMENTO_ESCRITO.pdf)
- Gobierno del Estado de Nayarit (2005). Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2005-2011. Recuperado de [http://www.seplan.gob.mx/des/ped/ped\\_nay.pdf](http://www.seplan.gob.mx/des/ped/ped_nay.pdf)
- Gómez, M. A. (2008). *La reingeniería del modelo operativo de FONATUR*. 1-48. Recuperado de <http://academiadeingenieriademexico.mx>
- González, D. (2014). *Turismo rural y desarrollo local en el Colomo, municipio de Bahía de Banderas, Nayarit*. Universidad Autónoma de Nayarit, Tepic.
- González, J. & Villa, J. L. (2002). Reflexiones para el análisis regional social. En Acevedo, V. A. & Navarro, J. C. (Eds.), *Economía y Desarrollo Regional en México* (pp. 85-108). Morelia, Michoacán: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales, Universidad de Guadalajara, Academia Mexicana de Ciencias Económicas, A.C. & Centro de Estudios para el Desarrollo Nacional, S.C.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw- Hill.

Hidalgo, C. A. L. (1998). *El pensamiento económico sobre desarrollo, de los mercantilistas al PNUD*. Universidad de Huelva

H. VIII Ayuntamiento 2011-2014. *Plan municipal de desarrollo 2011-2014, Bahía de Banderas*. Recuperado

de [http://www.bahiadebanderas.gob.mx/transparencia/6/planesdedesarrollo/](http://www.bahiadebanderas.gob.mx/transparencia/6/planesdedesarrollo/PMD2011-2014.pdf) PMD2011-2014.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2001). *Anuario de estadísticas por entidad federativa 2001*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2007). *Anuario de estadísticas por entidad federativa 2007*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2012). *Anuario de estadísticas por entidad federativa 2012*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2014). *Anuario estadístico y geográfico de Nayarit 2014*. Recuperado de [http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/anuario\\_14/702825064839.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/anuario_14/702825064839.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2014). *Anuario estadístico y geográfico de Nayarit 2015*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (1970). *Censo de Población y Vivienda 1970*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (1980). *Censo de Población y Vivienda 1980*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (1990). *Censo de Población y Vivienda 1990*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (1995). *Conteo de Población y Vivienda 1995*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2000). *Censo de Población y Vivienda 2000*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2005). *Conteo de Población y Vivienda 2005*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2009). *Censo económico 2009*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*.

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2012). *Sistema de Cuentas Nacionales de México: Cuenta Satélite del Turismo de México 2006-2010*. Recuperado de [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/derivada/satelite/turismo/2006-2010/CSTM\\_06-10.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/derivada/satelite/turismo/2006-2010/CSTM_06-10.pdf)

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía. (2013). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*.

Kadiyali, V. & Kosová, R. (2012). Inter-Industry Employment Spillovers from Tourism Inflows. *Regional Science and Urban Economics, Forthcoming*. Recuperado de [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1931026](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1931026)

Kumari, P. (2012). Estimation of Employment Due to Tourism in India. *The Indian Journal of Spatial Science, III(1)*. Recuperado de [http://indianssss.org/pdf/pdfset-8/issueset-9/Art\\_019.pdf](http://indianssss.org/pdf/pdfset-8/issueset-9/Art_019.pdf)

Levitan, S. & Werneke, D. (1984). *Productivity: Problems, prospects, and policies*. London: Johns Hopkins University Press.

Lima, S., García, C., Gómez, D. & Eusébio, C. (2012). El turismo como una estrategia para el mundo en desarrollo: el Programa UNWTO. Volunteers. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10 (3), 303-314. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88123060007>

López, A. (2011). *Crecimiento económico y proceso de urbanización en las localidades de Bucerías y San Juan de Abajo, municipio de Bahía de Banderas, Nayarit*.

Márquez, A. M. (1996). El impacto del turismo en Mérida: Un estudio del empleo de mano de obra en los establecimientos de alimentos y bebida. Universidad de Los Andes, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Recuperado de [http://iies.faces.ula.ve/revista/articulos/revista\\_12/Pdf/Rev12Marquez.pdf](http://iies.faces.ula.ve/revista/articulos/revista_12/Pdf/Rev12Marquez.pdf)

Martínez, P. (S.F. a). El lado humano de la estacionalidad. En Fernández, J., Vasilica, M., Pérez, L., Sastre, A., Cavalcanti, J., Izquierdo, J., González, F., Iguanzu, F., Campo, M., Truyols, T., Mesa, R., Martín, T., Comas, B., Martínez, P., Canalis, X., Alfonso, Y., Gómez, J., García, J., Acciniaso, G., Martínez, E., Posada, V., Aimar, V. & García, J.(Eds.), *Ideas para minimizar la estacionalidad en turismo* (p.15). Recuperado de [http://www.hosteleria.org/documentos/033\\_DESESTACIONALIZACION.pdf](http://www.hosteleria.org/documentos/033_DESESTACIONALIZACION.pdf)

Martínez, M. E. (S.F. b). El concepto de productividad en el análisis económico. Recuperado de <http://www.critica-azcapotzalco.org/AECA/promotores/archivo%20laboral/eugenia1.pdf>

Mercado, A. (S.F.). Economía y espacio. *Laboratorio de Análisis Socioterritorial*. Recuperado de [http://web.cua.uam.mx/csh/ebook/pdf/Template\\_CS3XMercado.pdf](http://web.cua.uam.mx/csh/ebook/pdf/Template_CS3XMercado.pdf)

Mercado, H., & Palmerín, M. (2012). El turismo y su impacto en la economía de México y del estado de Michoacán. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local TuryDes*, 5 (12). Recuperado de <http://eumed.net/rev/turydes/12/mvpc.html>

Merchand, M. A. (2012). Desarrollo inter-estatal turístico de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas: México. *Revista problemas del Desarrollo*, 168 (43), 147-173. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/pde/article/view/28641/26643>

Moncayo, E. (2003). Nuevas teorías y enfoques conceptuales sobre el desarrollo regional: ¿hacia un nuevo paradigma?. *Revista de Economía Institucional*, 5 (8), 32-65 . Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41900803>

Noguera, T. J. & Esparcia, P. J. (1999). El concepto de desarrollo y su influencia en la consolidación de desequilibrios espaciales. *Cuadernos de geografía, Universidad de Valencia*. 231-254. Recuperado de <http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/31035/231-254.pdf?sequence=>

Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit. (2009). Programa Estatal de Desarrollo Turístico. *Periodico Oficial*. Recuperado de [http://www.nayarit.gob.mx/transparenciafiscal/rendiciondecuentas/programas/2008/programa\\_desarrollo\\_turistico.pdf](http://www.nayarit.gob.mx/transparenciafiscal/rendiciondecuentas/programas/2008/programa_desarrollo_turistico.pdf)

Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit. (2012). *Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2011-2017*. Recuperado de [http://www.nayarit.gob.mx/gobierno/PED\\_20112017.pdf](http://www.nayarit.gob.mx/gobierno/PED_20112017.pdf)

Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit. (2014). Plan de Desarrollo Municipal de Bahía de Banderas, Nayarit 2014-2017. *Periodico Oficial*. Recuperado de [http://seplan.gob.mx/des/pdms/pdm\\_bdb.pdf](http://seplan.gob.mx/des/pdms/pdm_bdb.pdf)

Organización Internacional del Trabajo. (2011). *Panorama Laboral 2011 América Latina y el Caribe*. Recuperado de [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_180288.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_180288.pdf)

Organización Internacional del Trabajo. (2010). *Cambios y desafíos en el sector de la hotelería y el turismo*. Recuperado de [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---sector/documents/meetingdocument/wcms\\_162207.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/meetingdocument/wcms_162207.pdf)

Organización Internacional del Trabajo. (S.F.). *Trabajadoras y trabajadores migrantes: Hacia una igualdad de derechos y oportunidades*. Recuperado de <http://www.oei.es/pdf2/trabajadores-migrantes-oit.pdf>

Organización internacional del trabajo. (2012, 1 de julio). OIT: El turismo es clave para ofrecer más y mejores empleos a jóvenes. Recuperado de [http://www.ilo.org/sanjose/sala-de-prensa/WCMS\\_186415/lang--es/index.htm](http://www.ilo.org/sanjose/sala-de-prensa/WCMS_186415/lang--es/index.htm)

Organización Mundial de Turismo. (2013). *Panorama OMT del turismo internacional*. UNWTO. Recuperado de [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights13\\_sp\\_lr\\_0.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_sp_lr_0.pdf)

Organización Mundial del Turismo. (2015). *Panorama OMT del turismo internacional*. UNWTO. Recuperado de [http://www.e-unwto.org/pb%2Dassets/unwto/2015\\_metho\\_notes\\_sp.pdf](http://www.e-unwto.org/pb%2Dassets/unwto/2015_metho_notes_sp.pdf)

Panosso, A. & Lohmann, G. (2012). *Teorías del Turismo*. México: Trillas.

Pena, B.Y. & Pérez, D. D. (S.F.). *Effects of Tourism Wages and employment for the Spanish regions: Seasonality versus Tourism Specialization*. University of Vigo / University of Santiago de Compostela. Recuperado de [http://www.aiel.it/bacheca/Capua/papers/PenaBoquete\\_PerezDacal.pdf](http://www.aiel.it/bacheca/Capua/papers/PenaBoquete_PerezDacal.pdf)

Pérez-Campuzano, E. (2010). Segregación socioespacial en ciudades turísticas, el caso de Puerto Vallarta, México. *Religión y Sociedad*, XXII (49), 143-176.

Pick, J., Hettrick, J., Butler, E. & Funakoshi, K. (2001). *Tourism in Mexico: Its Development, dependency, and spatial patterns*. Disponible en SSRN: <http://ssrn.com/abstract=275592>

Poder Ejecutivo del Estado de Nayarit (2012). Ley de Fomento al Turismo del Estado de Nayarit. Recuperado de [http://www.congresonayarit.mx/media/1199/fomento\\_al\\_turismo\\_del\\_estado\\_de\\_nayarit\\_-ley\\_de.pdf](http://www.congresonayarit.mx/media/1199/fomento_al_turismo_del_estado_de_nayarit_-ley_de.pdf)

Poder Ejecutivo Federal (2007). *Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012*. Recuperado de [http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/PND\\_2007-2012.pdf](http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/PND_2007-2012.pdf)

Porter, M. (2000). Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, 14 (1), 15-34. doi: 10.1177/08912420001400105

Primeros lugares en turismo significan empleo y desarrollo económico. (2009, 28 de septiembre). *Diario Buendia Organo Plural de Información*. Recuperado de <http://www.diariobuendia.com/nota.php?id=3445>

Propín, E. & Sánchez-Crispín, A. (1998). Tipología de los municipios turísticos de México a finales del siglo XX. *Geographicalia*, (36), 147-157. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=59888>

Ramírez, H. R. & Pio, G. A. (2011) Perfil poblacional de la Riviera Nayarit: Un análisis económico a cuatro años de su conformación. *Fuente*, 3 (9), 183- 192. Recuperado de <http://fuente.uan.edu.mx/publicaciones/03-09/12.pdf>

Ray, D. (2002). *Economía del desarrollo*. Barcelona: Antoni Bosch.

Rionda, R. J. (2005). *Contextos del desarrollo regional en México*. Recuperado de [www.eumed.net/libros/2005/jjrx/](http://www.eumed.net/libros/2005/jjrx/)

Salas, W., Ríos, L., Gómez, R. & Álvarez, X. (2012). Paradigmas en el análisis de políticas públicas de salud: limitaciones y desafíos. *Rev Panam Salud Publica*, 32 (1), 77-81. Recuperado de [www.scielosp.org/pdf/rpsp/v32n1/v32n1a12.pdf](http://www.scielosp.org/pdf/rpsp/v32n1/v32n1a12.pdf)

Santana, M. Á. (2003). *Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo: el caso de Maspalomas (Gran Canaria)*. Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra

Santana, M. Á. (2005). Turismo, empleo y desarrollo. *Papers*, (77), 79-104. Universidad de La Laguna, Departamento de Sociología. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/papers/article/viewFile/52751/60701>

Santos, M. (Junio, 1973). Subdesarrollo y polos de crecimiento económico y social. *Seminario Regional de Desarrollo Urbano-Regional*. Seminario Regional llevado a cabo en Caracas, Venezuela. Recuperado de <http://repositorio.uc.cl/xmlui/bitstream/handle/123456789/3855/000273870.pdf?sequence=1>

Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Nayarit. (2013).

Secretaria de Turismo. (2016). *Empleo turístico, DATATUR Análisis Integral del Turismo*. Recuperado de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ResultadosITET.aspx>

Sinclair, M. & Stabler, M. (2002). *The economics of tourism*. London and New York: Routledge.

Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos. (2013). *Situación del sector turístico 2012*. Recuperado de [http://www.siimt.com/es/siimt/siim\\_inicio](http://www.siimt.com/es/siimt/siim_inicio)

Surugiu, C. (2009). The Economic Impact of Tourism. An Input-Output Analysis. *Romanian Journal of Economics*, 29 (2), 142-161. Recuperado de <http://www.revecon.ro/articles/2009-2/2009-2-8.pdf>

Thomas, R. (2000). Small firms in the tourism industry: some conceptual issues. *International journal of tourism research*, 2, 345-353.

Thomas, R., Shaw, G. & Page, S. (2011). Understanding small firms in tourism: A perspective on research trends and challenges. *Tourism Management* 32, 963-976. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517711000471>

Toader, V. (2011). The economic effects of tourism: The case of Romanian Economy. *Studia Universitatis Babeș- Bolyai, LVI* (1), 53-65. Recuperado de [http://tbs.ubbcluj.ro/RePEc/bbn/journal/Negotia\\_1\\_2011.pdf](http://tbs.ubbcluj.ro/RePEc/bbn/journal/Negotia_1_2011.pdf)

United Nations World Tourism Organization.(2004). *Tourism and Poverty Alleviation Recommendations for Action*. Madrid: WTO

Un hecho, recuperación turística de Riviera Nayarit. (2015, 27 de noviembre). *Periódico Express de Nayarit*. Recuperado de <http://www.periodicoexpress.com.mx/nota.php?id=301628>

Valencia, G. & Álvarez, Y. (2008). La ciencia política y las políticas públicas: notas para una reconstrucción histórica de su relación. *Estudios Políticos*, (33), 93-121. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16429061005>

Valentin, H., Condratov, I. & Stanciu, P. (Octubre, 2006). The influence of Tourism activity on the low development regions. *International Scientific Conference*. Conferencia llevada a cabo en Constanta, Romania.

Veleda, S. M. (2003). *Trabajo informal, género y cultura: el comercio callejero e informal en el sur de Brasil*. Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4955/smvslde1.pdf?sequence=1>

Vera, J. F., López, F., Marchena, M., Antón, S. & Vilà, V. (1997). *Análisis territorial de turismo: una nueva geografía del turismo*. Recuperado de <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/Indices/7397.pdf>

World Travel & Tourism Council.(2016). *Travel & Tourism Economic Impact 2016 Annual Update Summary*. Recuperado de [http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/2016%20documents/economic%20impact%20summary%202016\\_a4%20web.pdf](http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/2016%20documents/economic%20impact%20summary%202016_a4%20web.pdf)

## ANEXOS

Anexo 1.- Cuestionario aplicado a establecimientos característicos y conexos al turismo.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NAYARIT

Unidad Académica de Turismo

Maestría en Ciencias para el Desarrollo Sustentabilidad y Turismo



El objetivo del presente cuestionario es obtener información estadística referida a los empleos generados por los establecimientos característicos y conexos al sector turístico, para generar datos correspondientes a la especialización, productividad y formalidad de dichos empleos.

FOLIO: \_\_\_\_\_

### a.-DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

a1.- Tipo de establecimiento:

- 1.- Establecimiento fijo
- 2.- Establecimiento semifijo
- 3.- Actividad económica dentro de la vivienda

a2.- El nombre del establecimiento es:

### b.- CATEGORÍA JURÍDICA

b3.- La razón social de este establecimiento es:

- 1.- Persona física
- 2.- Sociedad o asociación
- 3.- Gobierno
- 4.- Organismo internacional
- 5.- Otro (especifique):

b4.- Los bienes o servicios (actividad principal) de este establecimiento corresponden a:

- 1.- Tiendas de trajes de baño (ropa de playa), equipo acuático (artículos de playa), tiendas de campaña
- 2.- Agencia de viajes, tour operadores, paquetes turísticos
- 3.- Hoteles, Moteles, Bungalows, Casas de huéspedes, Tiempos compartidos
- 4.- Artesanías, obras de arte
- 5.- Supermercados, minisúper, tiendas departamentales
- 6.- Tiendas de ropa, calzado, sombreros, lentes, cosméticos, libros
- 7.- Comercios de artículos de joyería
- 8.- Gasolineras
- 9.- Farmacias
- 10.- Servicios financieros, casas de cambio
- 11.- Alquiler de autos, bicicletas, cuatrimotos
- 12.- Servicios médicos
- 13.- Restaurantes, cocina económica, lonchería, cafetería, pizzería,
- 14.- Centros nocturnos, discotecas, bares
- 15.- Salones, clínicas de belleza, centros de acondicionamiento físico

b5.- Si el establecimiento es hotel, indique la categoría que le corresponde:

- 1.- Sin categoría
- 2.- Una estrella
- 3.- Dos estrellas
- 4.- Tres estrellas
- 5.- Cuatro estrellas
- 6.- Cinco estrellas
- 7.- Categoría especial u otro.

b6.- Las actividades que realiza este establecimiento, las efectúa como:

- 1.- Único (No comparte la razón social con otro establecimiento)
- 2.- Matriz (Controla a otros establecimientos de la misma razón social)
- 3.- Sucursal (Es controlado por otro establecimiento de la misma razón social)

b7.- ¿El establecimiento se encuentra registrado ante hacienda?

- 1.- Si
- 2.- No

c-. OPERATIVIDAD

c8.- ¿En qué año se puso en marcha este establecimiento?

c9.- ¿Cuál fue la razón principal por la cuál surgió este establecimiento?

- 1.- Por herencia familiar
- 2.- Por ser su propio jefe
- 3.- Para tener mayor ingreso
- 4.- Por desempleo
- 5.- Por apoyo de un programa gubernamental
- 6.- Por experiencia en el manejo de este tipo de establecimientos
- 7.- Otra (especifique)

c10.- ¿Cuál es el origen de la empresa?

- 1.- Local
- 2.- Nacional
- 3.- Extranjera

c11.- ¿Cuántos meses trabajó este establecimiento durante 2014?

- 1.- De 1 a 4 meses
- 2.- De 5 a 8 meses
- 3.- De 9 a 12 meses

c12.- ¿En qué meses se considera que hay más trabajo o se trabaja más?

- 1.- Diciembre – Enero
- 2.- Marzo – Abril
- 3.- Julio- Agosto
- 4.- Otros (Especifique)

c13.- ¿Cuántos días a la semana se trabaja regularmente en este establecimiento?

- 1.- De 1- 3 días
- 2.- De 4- 6 días
- 3.- Los 7 días

c14.- ¿Cuántas horas en promedio por día se trabajan en el establecimiento?

- 1.- 8 hrs
- 2.- 12 hrs
- 3.- 18 hrs
- 4.- 24 hrs

c15.- ¿Quién es el principal cliente del establecimiento y en qué porcentaje?

- 1.- Familias locales
- 2.- Turistas
- 3.- Comercios
- 4.- Prestadores de servicios
- 5.- Otro (especifique)

d26.- Los trabajadores desarrollan:

- 1.- Una actividad específica

d20.2.- ¿Actualmente cuántas personas trabajan en este establecimiento?

d27.- ¿Está definido el rol de cada empleado?

d21.1.- Si total de personas trabajando ¿cuántas son mujeres?

- 2.- No

d28.- ¿Cuántos empleados están directamente relacionados con la producción, ventas o a prestar servicios? (Número de empleados por área)

d23.- ¿Tienen seguro médico los trabajadores?

- 1.- Si

d29.2.- ¿Cuántos empleados están ligados con lo administrativo, contable o dirección? (Número de empleados por área)

d24.- ¿Cuántos trabajadores cuentan con seguro médico?

d29.- Los salarios son:

- 1.- Fijas
- 2.- Variable
- 3.- Por comisión
- 4.- Que depende
- 5.- Bonos por productividad

d31.6.- ¿Proximamente a cuántos salarios mínimos corresponde la paga diaria de un trabajador directamente relacionado con la producción, ventas o a prestar servicios?

- 1.- De 1 a 3 salarios mínimos diarios
- 2.- De 4 a 6 salarios mínimos diarios
- 3.- De 7 a 9 salarios mínimos diarios
- 4.- Más de 9 salarios mínimos diarios
- 5.- De 40 a 45 salarios mínimos mensuales

d32.- ¿A cuántos salarios mínimos corresponde la paga diaria de un trabajador ligado con lo administrativo, contable o dirección?

- 1.- De 1 a 3 salarios mínimos diarios
- 2.- De 4 a 6 salarios mínimos diarios
- 3.- De 7 a 9 salarios mínimos diarios
- 4.- Más de 9 salarios mínimos diarios

d33.- ¿Cuántos empleados no reciben ningún tipo de remuneración?

d34.- ¿Qué tipo de actividades desarrollan los empleados que no reciben remuneración actualmente?

e.- FAMILIARES EMPLEADOS

e35.- Actualmente ¿cuántos familiares trabajan en el establecimiento?

e36.- De los familiares ¿Cuántas son mujeres?

e37.- De los familiares que trabajan ¿Cuántos son remunerados? ¿Y cuánto reciben de remuneración?

e38.- ¿La remuneración pagada al familiar es igual al salario ganado por cualquier otro trabajador?

- 1.- Si
- 2.- No

e39.- ¿Cuántos familiares cuentan con prestaciones?

e40.- ¿Con qué tipo y cuantas (de cada una) de prestaciones cuentan los familiares?

- 1.- Vacaciones
- 2.- Capacitación
- 3.- Aguinaldo
- 4.- Vales de despensa
- 5.- Bonos por productividad
- 6.- Seguro médico

e41.- ¿El horario de trabajo de los familiares es igual al de cualquier otro trabajador?

f.- PRESTADORES DE SERVICIOS / PRACTICANTES

f42.- ¿Actualmente cuenta con prestadores de servicios o practicantes?

- 1.- Si
- 2.- No

f43.- Si respondió que sí ¿Cuántos practicantes/ prestadores de servicios son?

f44.- ¿Cuántas son mujeres?

f45.- De los practicantes que trabajan ¿Cuántos son remunerados?

f46.- ¿La remuneración pagada al prestador de servicios es igual al salario ganado por cualquier otro trabajador?

- 1.- Sí
- 2.- No

f47.-¿Cuántos practicantes cuentan con prestaciones?

f48.-¿Con qué tipo de prestaciones cuentan los practicantes?

- 1.- Vacaciones
- 2.- Capacitación
- 3.- Aguinaldo
- 4.- Vales de despensa
- 5.- Bonos por productividad
- 6.- Seguro médico

f49.-¿El horario de trabajo de los practicantes/ prestadores de servicios es igual al de cualquier otro trabajador?

- 1.- Sí
- 2.- No

f50.- ¿Qué tipo de actividades desarrollan los practicantes/ prestadores de servicios?

- 1.- Limpieza del establecimiento
- 2.- Preparación de alimentos
- 3.- Auxiliares administrativos
- 4.- Otro (especifique)

#### g.- EMPLEADOS

g51.- ¿En qué meses se contratan más empleados?

g52.- ¿Durante los meses Junio-Julio de 2014 se contrató personal?

- 1.- Sí
- 2.- No

g53.- Si respondió que Sí ¿Cuántos trabajadores contrató?

g54.- De este personal que contrató durante Junio- Julio 2014 ¿para qué áreas fueron contratados?

g55.- De este personal que contrató durante Junio- Julio 2014 ¿Por cuánto tiempo fueron contratados?

g56.- ¿El salario pagado al personal temporal es igual al pagado permanente?

g57.- ¿Durante los meses Diciembre 2014 – Enero 2015 ha contratado personal?

- 1.- Si
- 2.- No

g58.- ¿Cuál fue el principal motivo para la solicitar contratación de más personal?

g59.- Si respondió que Si ¿Cuántos trabajadores contrató?

g60.- De este personal que contrató ¿Por cuánto tiempo fueron contratados?

g61.- De este personal que contrató durante Diciembre 2014 – Enero 2015 ¿para qué áreas fueron contratados?

g62.- ¿Para el próximo periodo de Semana- Santa, contratará más personal?

- 1.- Si ¿Cuántos aproximadamente?
- 2.- No

#### h.- FINANCIAMIENTO PARA LA OPERACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO.

h63.- ¿Obtuvo algún crédito o préstamo para la operación del establecimiento?

- 1.- Si
- 2.- No

h64.- Si contestó Si ¿de dónde proviene dicho financiamiento?

- 1.- Banco
- 2.- Cajas de ahorro popular
- 3.- Familia
- 4.- Gobierno
- 5.- Prestamistas privados
- 6.- Otro (especifique)

h65.- Si el financiamiento proviene de gobierno ¿Cuál fue el apoyo?

h66.- ¿En qué consistió el apoyo?

- 1.- Económico
- 2.- Capacitación
- 3.- Especie
- 4.- Otro (especifique)

h67.- Si el apoyo por parte de gobierno fue económico ¿Cuáles fueron los usos del financiamiento recibido?

- 1.- Apertura del establecimiento
- 2.- Equipamiento del negocio
- 3.- Compra del local
- 4.- Insumos
- 5.- Pago de salarios
- 6.- Otro (especifique)

h68.- Si el apoyo de otra institución ¿Cuáles fueron los usos del financiamiento recibido?

- 1.- Apertura del establecimiento
- 2.- Equipamiento del negocio
- 3.- Compra del local
- 4.- Insumos
- 5.- Pago de salarios
- 6.- Otro (especifique)

h69.- Si el apoyo de otra institución ¿Ha recibido apoyo del Gobierno?

- 1.- Si
- 2.- No

h70.- El apoyo recibido fue de gobierno

- 1.- Municipal
- 2.- Estatal
- 3.- Federal

i.- ASOCIACIÓN

i71.-¿Pertenece a alguna asociación local?

- 1.- Si
- 2.- No

i72.-¿Cuál es el nombre de la asociación local a la que pertenece?

i73.- La asociación a la que pertenece tiene relación con la Secretaria de convenciones y relaciones exteriores?

- 1.- Si
- 2.- No

i74.- ¿Los ha vinculado en algún evento?

- 1.- Si
- 2.- No

i75.- ¿Cómo fue el proceso de vinculación?

i76.-El evento al cuál lo vinculó la Secretaria de relaciones exteriores fue:

- 1.- Local
- 2.- Nacional
- 3.- Internacional

Anexo 2. Categoría de los hoteles en Bucerías.

Actividad	Categoría					Total
	Sin categoría	Una estrella	Dos estrellas	Tres estrellas	Cuatro estrellas	
Hoteles	8	3	1	5	5	22

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. Número de establecimientos que comparten la misma razón social.

Actividad	Número de establecimientos		Total
	Unico	Sucursal	
Ropa de playa	5	0	5
Casa de cambio	1	0	1
Alquiler de autos	2	0	2
Servicios Médicos	1	1	2
Restaurante	20	1	21
Centro nocturno	2	0	2
Salon de Belleza	5	1	6
Agencia de viajes	5	0	5
Hoteles	21	1	22
Artesanías	4	1	5
Supermercado	14	0	14
Tienda de ropa	7	1	8
Joyería	2	0	2
Gasolinera	0	1	1
Farmacia	3	1	4
<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>8</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4. Principal motivación de emprendimiento.

Actividad	Motivo							Total
	Negocio	Por herencia	Por ser su propio jefe	Para tener mayor ingreso	Por desempleo	Por experiencia	Inversion	
Ropa de playa	3	0	0	1	1	0	0	5
Casa de cambio	1	0	0	0	0	0	0	1
Alquiler de autos	2	0	0	0	0	0	0	2
Serv. Médicos	2	0	0	0	0	0	0	2

Anexo 4. Principal motivación de emprendimiento. (Continuación)

Actividad	Negocio	Por herencia	Por ser su propio jefe	Para tener mayor ingreso	Por desempleo	Por experiencia	Inversion	Total
Restaurante	11	2	0	2	5	0	1	21
Centro nocturno	2	0	0	0	0	0	0	2
Salon de Belleza	4	0	0	0	2	0	0	6
Agencia de viajes	4	0	1	0	0	0	0	5
Hoteles	16	3	0	1	1	1	0	22
Artesanias	2	0	0	1	2	0	0	5
Supermercado	4	0	1	2	5	1	1	14
Tienda de ropa	3	0	1	3	1	0	0	8
Joyeria	0	1	0	0	1	0	0	2
Gasolinera	1	0	0	0	0	0	0	1
Farmacia	4	0	0	0	0	0	0	4
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

Anexo 5. Meses trabajados en 2014.

Actividad	Meses			Total
	De 1 a 4	De 5 a 8	De 9 a 12	
Ropa de playa	1	2	2	5
Casa de cambio	1	0	0	1
Alquiler de autos	0	1	1	2
Servicios Medicos	1	0	1	2
Restaurante	5	5	11	21
Centro nocturno	0	0	2	2
Salon de Belleza	2	2	2	6
agencia de viajes	1	2	2	5
Hoteles	0	4	18	22
Artesanias	2	0	3	5
Supermercado	4	0	10	14
Tienda de ropa	1	1	6	8
Joyeria	0	1	1	2
Gasolinera	0	0	1	1
Farmacia	1	0	3	4
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia

Anexo 6. Actividades desarrolladas por cada empleado.

Actividad	Actividades por trabajador		Total
	Una actividad específica	Varias a la vez	
Ropa de playa	2	3	5
Casa de cambio	1	0	1
Alquiler de autos	1	1	2
Servicios Medicos	2	0	2
Restaurante	11	10	21
Centro nocturno	1	1	2
Salon de Belleza	1	5	6
agencia de viajes	0	5	5
Hoteles	8	14	22
Artesanias	0	5	5
Supermercado	1	13	14
Tienda de ropa	1	7	8
Joyeria	0	2	2
Gasolinera	0	1	1
Farmacia	0	4	4
Total	29	71	100

Fuente: Elaboración propia

Anexo 7. Empleos generados en Semana Santa

Actividad	¿Considera probable contratar alguna persona durante Semana Santa?		Total
	Si	No	
Ropa de playa	1	4	5
Casa de cambio	0	1	1
Alquiler de autos	0	2	2
Servicios Medicos	0	2	2
Restaurante	7	14	21
Centro nocturno	0	2	2
Salon de Belleza	1	5	6
agencia de viajes	0	5	5
Hoteles	12	10	22
Artesanias	0	5	5
Supermercado	3	11	14

**Anexo 7. Empleos generados en Semana Santa  
(Continuación)**

Actividad	Si	No	Total
Tienda de ropa	2	6	8
Joyeria	1	1	2
Gasolinera	1	0	1
Farmacia	0	4	4
Total	28	72	100

Fuente: Elaboración propia

**Anexo 8. ¿Pertenece a alguna asociación local?**

Actividad	¿Pertenece a alguna asociación local?		Total
	Si	No	
Ropa de playa	0	5	5
Casa de cambio	0	1	1
Alquiler de autos	0	2	2
Servicios Medicos	0	2	2
Restaurante	7	14	21
Centro nocturno	0	2	2
Salon de Belleza	0	6	6
Agencia de viajes	0	5	5
Hoteles	5	17	22
Artesanias	2	3	5
Supermercado	5	9	14
Tienda de ropa	1	7	8
Joyeria	1	1	2
Gasolinera	1	0	1
Farmacia	0	4	4
Total	22	78	100

Fuente: Elaboración propia