

LA ATRACTIVIDAD TERRITORIAL: ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LOS DESTINOS

Andrés Guzmán-Sala¹

Resumen:

Este artículo tiene como objetivo analizar los factores que influyen en el desarrollo de los territorios turísticos en México. Algunos destinos poseen importantes recursos naturales, sin embargo, no alcanzan a posicionarse en el mercado turístico. El desarrollo de los destinos está estrechamente relacionado con su atractividad territorial y los proyectos turísticos implementados. Se realizó una revisión teórica y análisis de las variables que influyen en el desarrollo de los territorios como destinos turísticos: los actores del turismo, los recursos turísticos, la infraestructura y las políticas públicas. Se analizaron 173 documentos en los siguientes destinos: Cancún 22.5%, Huatulco 32.4%, Puerto Vallarta 27.7%, y Los Cabos 17.3%. Los resultados revelaron que los factores que mayor importancia tienen en el desarrollo de los destinos en general para México son los actores y los recursos naturales. Sin embargo, en Tabasco se observa un contraste particular, estos factores no necesariamente influyen en su desarrollo turístico. Este destino posee los factores claves para su desarrollo, pero no logra desarrollarse como un importante destino nacional. Las autoridades del turismo solo necesitan incentivar su desarrollo sobre la base de sus potencialidades como territorio. En conclusión, la atractividad territorial y turística seguirá siendo determinante del desarrollo del destino. Los recursos naturales y actores fueron los factores que más influyeron en el desarrollo de estos destinos. Pero, la organización responsable de promover el destino en este país requiere trabajar arduamente en el management y desarrollo de los territorios, coordinando todos los factores con la finalidad de propiciar su atractividad turística.

Palabras Claves: Atractividad Territorial, Territorio Turístico, Sector Turístico, Destino Turístico.

¹ Dr. Andrés Guzmán Sala. *Universidad Juárez Autónoma de Tabasco*. E-mail: andresguz18@gmail.com. El presente artículo contiene información producto de los resultados preliminares del proyecto de investigación titulado Valorización de las Zonas con Potencial de Desarrollo como Atracciones Turísticas en el Estado de Tabasco con folio N°366. Este proyecto es promovido por la dirección de investigación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Investigador principal: Dr. Andrés Guzmán Sala. *Universidad Juárez Autónoma de Tabasco*.

TERRITORIAL ATTRACTIVENESS: ANALYSIS OF THE FACTORS THAT INFLUENCE THE TOURISM DEVELOPMENT OF THE DESTINATIONS

Abstract:

This paper aims to analyze the factors that influence the development of tourist territories in Mexico. Some destinations have important natural resources; however, they do not reach a position in the tourist market. The development of the destinations is closely related to its territorial attractiveness and the tourism projects implemented. A theoretical review and analysis of the variables that influence the development of the territories as tourist destinations were carried out: tourism actors, tourism resources, infrastructure and public policies. 173 documents were analyzed in the following destinations: Cancún 22.5%, Huatulco 32.4%, Puerto Vallarta 27.7%, and Los Cabos 17.3%. The results revealed that the most important factors in the development of destinations in general for Mexico are the actors and natural resources. However, in Tabasco a particular contrast is observed, these factors do not necessarily influence its tourism development. This destination has the key factors for its development, but it does not manage to develop as an important national destination. The tourism authorities only need to encourage their development based on their potential as a territory. In conclusion, territorial and tourist attractiveness will continue to be determinant of the development of the destination. Natural resources and actors were the factors that most influenced the development of these destinations. But, the organization responsible for promoting the destination in this country requires working hard in the management and development of the territories, coordinating all the factors in order to promote their tourist attractiveness.

Key Words: Territorial Attractiveness, Tourist Territory, Tourism Sector, Tourism Destination.

1. INTRODUCCIÓN

La comunidad científica sostiene que los factores que inciden en la atraktividad territorial son los actores, los recursos naturales, la accesibilidad, infraestructura y las políticas públicas (Gagnon, 2007, Elies, 2006; Elhasbi, Barkaoui, Bouksour, & Kamach, 2017, Fabry; 2009). La atraktividad territorial permite a los destinos obtener un desarrollo, ser competitivos y así mismo les permite consolidarse en el mercado turístico nacional e internacional, los cuales son cada día más desafiantes. Cada destino posee recursos naturales de acuerdo con sus características orográficas, lo que influye en gran medida sobre el índice de su atraktividad territorial (Jafari, 1979, Gunn, 1988; Fabry, 2009). En efecto, los recursos naturales juegan un papel importante para el desarrollo de los destinos, ya que estos son la materia prima de las atracciones turísticas, y el principal dinamizador de la afluencia turística en una región (Leask, 2010). Pero también se requiere el impulso del gobierno para propiciar un ambiente político favorable que permite el mejor desempeño de los actores de la industria (Andergassen, Candela, & Figini, 2017)(Hidalgo-Fernández et al, 2019). Las condiciones de estabilidad política facilitan la proveeduría de infraestructura necesaria para satisfacer la demanda turística. Sin embargo, muchos destinos a pesar de poseer importantes recursos naturales accesibles para su aprovechamiento turístico, su atraktividad territorial no es capaz de dinamizar la actividad turística. Esto se debe principalmente por la ausencia de políticas públicas capaces de proveer estabilidad política en el destino. Lo que dificulta las actividades de los actores, limitando el aprovechamiento de los recursos, además de no incentivar la inversión para una suficiente infraestructura que atienda a la demanda turística. Así, la atraktividad territorial requiere de ser promovida por el gobierno, o en su caso por la DMO² responsable de impulsar el sector turístico del destino (Fabry, 2009).

En el caso de México, la atraktividad territorial ha jugado un rol importante para el desarrollo del sector turístico nacional. El gobierno de México durante distintos periodos ha reconocido la actividad turística y han establecido diversas iniciativas a manera de mejorar la atraktividad territorial para el desarrollo de los destinos (Brenner & Aguilar, 2002; Torres & Momsen, 2005; Wilson, 2008). Las iniciativas más importantes para mejorar la atraktividad territorial fueron los planes integrales de los megaproyectos denominados Centros Turísticos Integralmente Planeados que actualmente muchos de estos son importantes polos económicos de México. De acuerdo con las teorías de polo de crecimiento de (Perroux, 1955) así como la teoría de centro de crecimiento de Boundeville (1964), sostienen que una región polarizada posee ciudades centrales así como territorios que presentan atraktividad la cual propicia el desarrollo de actividades económicas. En este sentido, el gobierno mexicano realiza en primer plan nacional de desarrollo turístico en el año de 1969 para así crear las condiciones de atraktividad territorial que permitan la construcción de los centros integralmente planeados (Torres & Momsen, 2005; Benseny, 2007; Tulio, 2015).

Los principales centros integralmente planeados son Cacún Quintana Roo, Ixtapa Zihuatanejo Guerrero, Los Cabos, Baja California Sur, y Huatulco Oaxaca (Butler, Pick, &

² Destination Management Organization.

Hettrick, 2001; Brenner & Aguilar, 2002). Estos destinos planeados, actualmente son importantes polos económicos de México, en los cuales el sector turístico genera un desarrollo socioeconómico, proveyendo empleos y bienestar social en la población. Sin embargo, en México existen destinos que así como los centros turísticos integralmente planeados poseen importantes recursos naturales y culturales para su aprovechamiento a través de la actividad turística, su atraktividad territorial no es capaz de materializar proyectos turísticos que conduzcan al desarrollo económico. No obstante, la atraktividad territorial de dichos destinos esta constituida principalmente por los recursos naturales accesibles ante una ausencia de políticas públicas, infraestructura y participación de los actores para su aprovechamiento.

El Estado de Tabasco es uno de los destinos que conforma la región sureste de México, en donde se puede determinar que su atraktividad territorial se basa en importantes recursos naturales, así como recursos culturales. Por lo que los proyectos turísticos implementados por el gobierno no se han materializado (Guzmán-Sala, 2016). De hecho, la atraktividad territorial de Tabasco para el desarrollo de actividades económicas solo ha sido enfocada para el desarrollo de la industria petrolera. En este sentido, Tabasco es uno de los destinos menos consolidados de México (SECTUR, 2017). La atraktividad territorial del Estado de Tabasco en comparación de los centros integralmente planeados se puede determinar que existen diversos factores que han contribuido en el desarrollo de la actividad turística. Incluso unos factores han incidido más que otros para la consolidación de los destinos turísticos. El presente artículo tiene como objetivo analizar los factores que inciden en el desarrollo turístico de los destinos, con la finalidad de determinar cuáles de estos han fluido de manera más representativa en el desarrollo y consolidación de los destinos turísticos más importantes de México.

2. ANTECEDENTES

La teoría de la atraktividad territorial se basa en la base de la teoría económica del desarrollo territorial. La principal teoría del desarrollo territorial fue propuesta por Sombart en el año de 1916. Huart (2013) afirma que la teoría original de desarrollo territorial hace énfasis en el hecho de que el territorio obtiene el desarrollo a partir de las exportaciones de los bienes y servicios. En este sentido, el territorio requiere de generar una demanda externa y para esto, es imprescindible el aprovechamiento de los recursos naturales para la elaboración de productos y comercializarlos. Esto requiere de la participación de todos los actores existentes en el territorio para así aprovechar todos los recursos disponibles a su alcance para que conduzcan al territorio hacia el desarrollo. El desarrollo territorial es un proceso complejo que depende de la participación de todos los actores.

Boisier (1997) define al desarrollo territorial como un proceso complejo de carácter social el cual requiere de ser dinamizado por uno o varios agentes, es decir, por el gobierno y los actores del territorio. Pecqueur (2013) agrega que los actores también requieren de adaptarse a través de estrategias y líneas de acción de tal manera que estas actividades se impulsen de manera constante a través de políticas públicas. Ante un mercado globalizado la adaptación es crucial. En este sentido Moncayo (2004) sostiene que en un mercado global existen regiones que ganan y regiones que pierden. En las regiones ganadoras se concentran las actividades económicas más

importantes, y esto impacta de manera negativa a ciertos territorios dejándolos hasta cierto punto excluidos. En efecto, dichos territorios son los que pierden ya que no poseen las condiciones para el desarrollo de actividades económicas por empresas internacionales o nacionales e incluso por sus propios actores. Esto quiere decir, que el proceso de desarrollo es relevante más aún en el mercado global. Sassen (2005) afirma que el mercado globalizado disminuye las fronteras dando como resultado un solo espacio comercial a nivel mundial en donde cada territorio permite el libre flujo de bienes y servicios, lo que hace un mercado cada día más competitivo. Esto quiere decir que los territorios ante un mercado mundial cada vez más desafiante requieren disponer de ciertos elementos o condiciones para ser competitivos. Es aquí donde la atraktividad territorial juega un papel preponderante para el desarrollo territorial-regional. Hatem (2005) afirma que en la economía global, las empresas tienen diversas opciones para determinar cuales territorios son los más óptimos para establecerse e invertir para llevar a cabo sus proyectos económicos. En este sentido de Mattos (2001) sostiene que dichos proyectos de carácter económico se realizan en aquellos territorios que no limitan a los actores en sus actividades. Es en estos territorios donde los proyectos se materializan exitosamente lo que marca la diferencia porque las inversiones se realizan en determinadas regiones y no en otras (Hatem, 2005). Esto tiene como resultado la atraktividad territorial que conduce hacia la competitividad.

Entre la competitividad y atraktividad territorial existe una confusión, sin embargo, estos dos conceptos difieren. Krugman (1996) vincula la competitividad con la productividad, por lo que un territorio competitivo es el que obtiene los mejores indicadores económicos como lo es la productividad, ingresos, inversiones entre otros. Para Camagni (2006) la competitividad de los territorios se logra de acuerdo con la capacidad de los actores principales para la toma de decisiones que mejoren su estructura económica. Lo que conlleva al territorio a obtener mejores resultados y ser competitivos. La diferencia entre la atraktividad y competitividad recae en el hecho de que un territorio es más atractivo porque permite las mejores condiciones para el desarrollo de proyectos económicos lo que tiene como consecuencia los mejores resultados, es decir la competitividad. La teoría de la atraktividad territorial nos muestra que los territorios requieren poseer determinados factores para su desarrollo y lograr la competitividad. La atraktividad de los territorios es un concepto multidimensional, e incluso muchos autores sostienen que es un concepto polimórfico (Gagnon; 2007, Gérardin & Poirot; 2010). Esto significa que la atraktividad de los territorios tiene distintos enfoques. Pero estos enfoques se basan más en fuerzas de atracción y retención, sobre aquellas fuerzas que inhiben y afectan a los actores para su asentamiento en los territorios (Elies, 2006). Masson & Petiot (2012) sugestionan que los territorios pueden atraer empresas, emprendedores, profesionistas e inversiones. Entonces podemos hablar de atraktividad residencial, atraktividad cultural, y atraktividad económica. Siendo esta última, la atraktividad económica de los territorios la que se analizará para efectos del presente estudio.

La atraktividad territorial se puede definir como la capacidad que posee un territorio para poder atraer empresas debido a los recursos existentes y que estas puedan permanecer en un largo periodo de tiempo (Gérardin & Poirot, 2010; Elhasbi, Barkaoui, Bouksour, & Kamach, 2017). Fabry (2009) sostiene que un territorio posee atraktividad en la medida que le permita a los actores aprovechar sus recursos existentes, a través de un ambiente político favorable. Se puede

afirmar que la atraktividad territorial es la capacidad que posee un territorio para atraer y retener ciertos actores como empresas y especialistas para el desarrollo de actividades económicas. Elies (2006) menciona que la atraktividad territorial presenta una complejidad en su conceptualización así como en la medición por efectos de los determinantes cuantitativos y cualitativos. Los determinantes de atraktividad de los territorios son diversos, y la comunidad científica menciona como más relevantes los siguientes: los recursos naturales, infraestructura, accesibilidad, participación de los actores y un ambiente político favorable (de Mattos, 1998, de Mattos, 2001; Chazart, 2001; Elies, 2006; Gagnon, 2007; Gérardin & Poirot, 2010).

Los recursos naturales son unos de los principales factores que inciden en la atraktividad económica de los territorios. De acuerdo con García-Silverman (1970) los recursos son todos aquellos elementos que proporciona la naturaleza, de los cuáles el ser humano puede obtener beneficios para satisfacer sus necesidades. Knezevic (2008) agrega, que los recursos pueden ser utilizados para consumo y para la producción de productos que satisfagan las necesidades de una población. Desde este punto de vista, Leno (1991) menciona que, solamente un elemento natural puede ser denominado como recurso en la medida que sea capaz de permitirle al ser humano utilizarlo como herramienta y que este pueda lograr sus objetivos. En este sentido, los elementos naturales y culturales de un territorio se pueden denominar recursos ya que a través de estos, el ser humano han podido obtener beneficios económicos a través de la actividad del turismo.

En determinado momento que los elementos naturales puedan ser considerados como recurso, este requiere de tener una característica imprescindible: la accesibilidad. En términos económicos, la accesibilidad ha sido un objeto de estudio en particular desde varias décadas (Garrocho & Campos; 2006, Condeco, Gutiérrez, & García; 2011). Garrocho (2006) define a la accesibilidad como la facilidad con la que un actor desde su punto de origen puede arribar un destino objetivo. En este concepto se puede identificar un punto de partida y un punto de llegada y en la medida en que el agente pueda llegar a su destino se determina el nivel de accesibilidad. En términos generales la accesibilidad es una separación espacial entre varios territorios (Para Jiao, Wang, Jin, & Dunford, 2014). En esta separación espacial se puede ver influida por la localización de los territorios, la red de transporte y la red de infraestructura (Gutierrez, 2001). Estos tres elementos hacen que los territorios sean accesibles y que los actores puedan aprovechar los recursos naturales ahí existentes (Thót & Dávid, 2010). Aunque el territorio sea accesible, este requiere de la infraestructura.

Karlsson (1997) afirma que la infraestructura es una red de construcciones, obras y edificios que conecta a las regiones por lo que permite la comunicación y movilización de los actores entre estos. Nijkamp (1986) agrega que la infraestructura es un conjunto de elementos que pueden ser materiales e inmateriales que facilita las distintas actividades sociales de los actores de una región. Dentro de los elementos materiales se consideran las instalaciones, mientras que en los elementos inmateriales son los servicios. En efecto, la infraestructura física provee un conjunto de servicios que permite efectuar a los agentes sus actividades sociales así como económicas. De acuerdo con Clifton, Díaz, & Fernández (2015) la infraestructura adecuada permite que exista una cohesión territorial ya que la población puede tener acceso a servicios, mientras que las empresas pueden tener un mejor desempeño en sus procesos de producción de bienes y servicios. La infraestructura provee de muchos beneficios a las regiones y a sus

respectivos actores, por ello es primordial impulsar el desarrollo de instalaciones y construcciones de acuerdo con la vocación productiva de los territorios. Esto se puede lograr en la medida que el gobierno elabore las políticas públicas adecuadas que permitan a los actores el mejor desempeño en sus actividades correspondientes. Glasmeier (1999) determina que las empresas competitivas necesitan un ambiente político que les permita realizar sus actividades a manera de tener los mejores resultados en su producción y sobre en la rentabilidad. Así mismo, los demás actores como las pequeñas empresas y emprendedores requieren ser guiados e impulsados por las políticas públicas a manera de solucionar los problemas que estos tienen al intentar realizar sus actividades comerciales. El principal objetivo de las políticas públicas es establecer un ambiente propicio que permita disminuir casi del todo las limitantes que los agentes de un territorio puedan tener en desempeño de sus actividades principales (Birkland, 2011). En este sentido, el gobierno en comunicación con los actores pueden determinar las limitantes que puedan incidir en el desempeño de determinadas actividades (Birkland, 2007). Esto quiere decir que la dinámica entre los actores es primordial.

De acuerdo con Freeman (1984) los actores son un grupo de agentes que inciden en el progreso de una organización. La teoría de los stakeholders se basa en la relación, cooperación y coordinación entre cada uno de los actores (Freeman, Wicks, & Parmar, 2004). Vos, Boonstra, & Achtercamp (2016) los actores se clasifican en líderes y seguidores. Los primeros son los responsables de establecer las directrices para que los actores seguidores puedan obtener un mejor desempeño. En este sentido, el actor principal de los territorios es el gobierno ya que es el que tiene la capacidad de proveer una estabilidad política para que los actores, en este caso clasificados como seguidores puedan realizar diversas actividades de manera factible. Sin embargo, en determinados casos, entre los actores se pueden presentar conflictos por diferentes ideologías e intereses (Almeida, Costa, & Nunes, 2018). En la medida en que todos los actores puedan realizar organizarse y coordinarse para realizar sus correspondientes actividades será el índice de atraktividad de los territorios (Sthör, 1980; Vázquez-Barquero, 2007).

3. ATRACTIVIDAD TERRITORIAL VS. ATRACTIVIDAD TURÍSTICA

De acuerdo con la teoría de la atraktividad territorial, los territorios de un país necesitan presentar condiciones que favorezcan el desarrollo de diversas actividades económicas. En este sentido, toda actividad económica tendrá un mejor desempeño en los territorios con mayor atraktividad, lo que conduce al desarrollo económico. En hechos, la atraktividad turística forma parte de la atraktividad territorial por el hecho de que el turismo es una actividad económica que en las últimas décadas ha sido considerada como una de las industrias más importantes en el mundo. La actividad turística opera en los destinos turísticos y los investigadores determinan que este es más que una simple área geográfica reconocida por sus recursos denominados como atracciones (Buhalis, 2000; Cracolici & Nijkamp, 2008; Kozak, Baloglu, & Bahar, 2009; Pearce, 2014). En efecto, un destino presenta una dinámica territorial compleja en la cual intervienen los factores que marca la teoría de la atraktividad territorial para su adecuado desarrollo y consolidación

(Pearce, 2014). De hecho, los actores del destino requieren de una organización debido al origen multisectorial del turismo (Buhalis, 2000). El principal actor es la DMO de los destinos quien es la organización encargada de organizar a los establecimientos turísticos así como marcar las directrices que se requieren para el aprovechamiento de los recursos. Los destinos turísticos se desarrollan en distintas etapas en las cuales la atraktividad territorial es preponderante para que este se consolide en el mercado turístico internacional.

Butler (1980) y Swarbrooke (2002) proponen la teoría de desarrollo de los destinos turísticos que se lleva a cabo en diversas etapas:

La primera etapa se denomina "the single attraction" o "exploración" y se caracteriza por el hecho de que un recurso natural es considerado como una atracción turística ya que posee atributos interesantes que es capaz de motivar a los turistas de viajar para visitar el sitio. Este atractivo es el inicio del desarrollo del destino turístico. No obstante, en esta etapa los atractivos no poseen infraestructura, ni servicios por lo cual no pueden ser estructurados como productos turísticos (Xu, 2010). De hecho, éstos atractivos hasta cierto punto cuentan con accesibilidad, ya sea por su localización estratégica en una determinada comunidad o zona territorial lo que permite que sean visitados. Por lo que, en la mayoría de las situaciones solo la comunidad cercana sabe de la existencia de este atractivo. La atraktividad del territorio en esta etapa del destino se basa totalmente en los atributos de la atracción, es decir en los recursos naturales, que en hechos es el principal motivador de viaje. De hecho, los principales tipos de turistas que visitan estas clases de atracciones son alocéntricos (Plog, 1974) o exploradores (Cohen, 1972) quienes se interesan por la aventura, convivencia con la naturaleza y cultura de la comunidad. Posteriormente,

La segunda etapa se denomina "embryonic destination" o "participación". En esta etapa, la comunidad en colaboración con emprendedores locales ofrecen servicios a los turistas que visitan la atracción. Además, estos agentes en cooperación realizan estrategias de promoción a manera de atraer más turistas así como gestionar proyectos con el gobierno para ofertar servicios de transporte que favorezcan la accesibilidad y el financiamiento para elaborar una oferta turística más completa. En esta segunda etapa, la atraktividad territorial no sólo se constituye de recursos naturales o culturales, sino también de la colaboración de los actores hasta cierto punto sí la DMO elabora las políticas públicas y programas necesarios para el impulso de la comunidad y emprendedores en las iniciativas turísticas.

La tercera etapa se denomina "the development single market destination" y también se denomina "etapa de desarrollo". Es en esta etapa donde la atracción recibe una mayor afluencia de visitas de turistas específicamente los mid-centricos (Plog, 1974) o institucionalizados (Cohen, 1972). Esta afluencia turística puede ir en crecimiento. Por lo que la infraestructura y servicios que la comunidad y emprendedores locales ofertaban, en dado caso, podrán no satisfacer a toda la demanda. Es necesario que empresas oferten sus servicios para así satisfacer la demanda turística actual que ya pertenece a un segmento de mercado en específico al igual que las atracciones. Además, la oferta de atractivos actual se complementa con atractivos nuevos, cuales de igual manera han sido desarrollados por la comunidad en colaboración del gobierno, emprendedores y empresarios. Esto significa que los atractivos están estructurados con una oferta de servicios para poder ser comercializados como productos turísticos.

La cuarta etapa "the diversified destination" o también se puede denominar "etapa de consolidación". El destino ya se encuentra consolidado en el mercado internacional. En esta etapa las grandes firmas de cadenas hoteleras, de restaurantes y entre otros establecimientos turísticos están instaladas en el destino para atender la afluencia turística en constante crecimiento. De hecho, las atracciones sobrepasan su capacidad de carga, por lo que el destino empieza a presentar degradación en la infraestructura física y medio ambiental. En este sentido, la atraktividad territorial del destino se ve afectada por la degradación de los atractivos naturales, culturales además de la poca estabilidad política que no permite retener inversiones.

En la quinta etapa "Estancamiento" es donde el destino experimenta mayores índices de degradación ambiental, social, económica y en la infraestructura física. La capacidad de carga del destino es superada por completo aunque por un segmento de turistas de baja capacidad económica. Esto se debe porque el destino ya no es tendencia en el mercado turístico. Así mismo, las atracciones se encuentran en una etapa de longevidad debido a los impactos ambientales negativos por lo que ya no poseen atracción en términos de motivar a los turistas para su visita³.

Las teorías de desarrollo de destino con sus respectivas etapas que sostienen Butler (1980) y Swarbrooke (2002) la atraktividad territorial juega un papel importante. De hecho, permite el desarrollo del destino y así experimentar cada una de las etapas. Desde la primera etapa en donde solo se encuentra la atracción sola con ausencia de servicios e infraestructura, hasta la etapa de consolidación en donde un conjunto de atracciones poseen infraestructura y servicios suficientes gracias a las condiciones políticas favorables establecidas por el gobierno o DMO. Sin atraktividad territorial sería imposible concebir la atraktividad turística y por consecuencia no habría destino.

4. LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS EN MÉXICO

Los países han impulsado la creación de condiciones para mejorar su atraktividad territorial que permita un mejor desempeño de diversas actividades de índole económico. En México, el gobierno ha impulsado diversas acciones lo que ha determinado que la atraktividad territorial permita una mejor realización de las actividades económicas de las cuales destacan las actividades turísticas como herramienta para la obtención del desarrollo económico. Los factores que han influido en el desarrollo de los destinos turísticos de México han sido los factores que marca la teoría de la atraktividad territorial. En hechos, el gobierno de México en diferentes

³ Además, de las cinco etapas, el destino puede experimentar cinco etapas más que dependen en gran medida de la visión de los responsables de gestionar la DMO. Estas etapas son: declive inmediato, declive, estabilización, crecimiento reducido, y rejuvenecimiento. Esta última etapa de rejuvenecimiento sucede cuando los funcionarios de la DMO realizan una reestructuración del sector turístico del destino, atrayendo inversiones y creando nuevas atracciones que motiven a los turistas visitar nuevamente la destinación.

períodos ha impulsado diferentes iniciativas para mejorar la atraktividad territorial del país. Estas iniciativas han sido la creación de políticas públicas favorables que permitan la atracción y retención de las inversiones extranjeras lo que hizo posible el máximo aprovechamiento de los recursos naturales accesibles, la creación de organismos para la elaboración de proyectos, financiar las empresas turísticas y proporcionar la infraestructura necesaria. Estas acciones que propiciaron la atraktividad territorial para el desarrollo del sector turístico de los destinos de México se pueden analizar en distintos períodos.

De acuerdo con Guzmán-Sala (2016) y Jiménez (1990) el sector turístico de México tuvo un desarrollo que se puede analizar en tres períodos. En el primer período de desarrollo (1945-1958) con la postguerra mundial el sector económico de México se encontraba en una etapa de deterioro con la disminución de las exportaciones. En sentido contrario, la economía de Estados Unidos experimentaba una etapa de estabilización con un importante potencial de expansión. Por lo que el sector económico de México generaba divisas a través de exportación de bienes hacia el mercado de Estados Unidos. La estabilidad económica de México no era favorable, de hecho, estaba en decadencia. Por lo tanto, el gobierno mexicano consideró que la mejor manera de generar divisas era a través de la industrialización y la exportación⁴. Además, el gobierno mexicano también identificó a la actividad turística como alternativa para lograr el desarrollo económico.

En el gobierno de Miguel Alemán que se llevó a cabo en los años 1946-1952 también determinó que el sector turístico era una actividad de términos cruciales para que México pudiese obtener las divisas para dar marcha a la industrialización que se necesitaba. En este período, el gobierno mexicano impulso diversas industrias como la química, eléctrica, mecánica entre otras. Lo que se determinó como una prioridad de la importación del equipamiento necesario para iniciar con las actividades de las industrias ya mencionadas. En este sentido, el turismo se consideró como una alternativa para la generación de las divisas necesarias. Por ello, Miguel Alemán realizó diversas obras con el propósito de impulsar el sector turístico. Estas obras fueron la mejora de las comunicaciones y transporte⁵. Además, el sector hotelero y restaurantero se vieron beneficiados con la instauración de un banco de crédito turístico el cual brindó apoyo para la construcción de nuevos hoteles y restaurantes ya que los establecimientos no eran los suficientes para atender a la demanda turística que iba en aumento. Cabe destacar que de igual manera se impulsaron a las atracciones culturales de México con la conservación y promoción de las danzas, festivales, música, entre otros. Además, se fundó una escuela de capacitación turística

⁴ Para ello, se realizaron las inversiones suficientes para importar la tecnología necesaria para así iniciar la elaboración y exportación de bienes. Esto permitió que los políticos de México empezaran a considerar al turismo como una importante actividad económica con potencial para la generación de divisas y de esta manera impulsar la industrialización que se había planteado. De hecho, el entonces presidente Ávila Camacho decreta en su informe de gobierno que el sector turístico había registrado importantes flujos de turistas provenientes de Estados Unidos. Siendo esta afluencia turística la más importante registrada de acuerdo con los datos estadísticos.

⁵ Para tal efecto se construyeron nuevas rutas principalmente de ferrocarriles, se crearon nuevas rutas aéreas, así como se mejoraron y se construyeron nuevos aeropuertos.

para formar a recursos humanos especializados en la promoción turística, así como en la gestión de hoteles, restaurantes y establecimientos relacionados (Jiménez, 1990). En los años de 1952-1958 el sector turístico mexicano presenta un importante crecimiento, pero las políticas turísticas sufrieron un cambio cuando Adolfo Ruiz Cortines inicia su trayectoria como presidente de México. Dichos cambios consistieron en el aspecto social, en cual hacia énfasis en la valoración y preservación del patrimonio cultural mexicano (Jiménez, 1990; Guzmán-Sala, 2016).

El segundo período del turismo en México se suscitó durante los años 1958-1973, y se destacó por el hecho que el sector turístico experimento un desarrollo de carácter masivo. Esto fue gracias al establecimiento de jet, la mejora económica de los países que habían participado en la segunda guerra mundial y el importante impulso que el gobierno mexicano realizó en el sector turístico. De hecho, se creó el departamento de Turismo en los años 1958. Posteriormente, para los años 1962 se creó el instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas (IMIT). Estas acciones son el resultado que una visión relevante sobre el turismo y su relación con el desarrollo económico que tenía el gobierno, a pesar de que esta actividad se consideraba como actividad económica complementaria. No obstante, el gobierno gestionó las primeras acciones para planificar las actividades del sector turístico y reorganizar su estructura. Para ello, en el año 1962 se elaboró el primer plan nacional de turismo. Este plan fue un modelo mundial a seguir para los destinos internacionales. El principal objetivo de dicho documento fue ofertar productos turísticos basados en la cultura e historia de México. En este sentido, se rehabilitaron y reconstruyeron zonas arqueológicas y la arquitectura colonial de algunas ciudades. Respecto a los servicios turísticos, las líneas aéreas y la infraestructura relacionada se vieron beneficiadas, aunque el transporte terrestre se excluyó hasta cierto punto. El impulso del transporte aéreo detonó el flujo de turistas extranjeros. Por lo que fue necesario que el gobierno realizará un control de estos turistas (Jiménez, 1990).

El tercer período del turismo en México se remonta en los años 1969-1982. Durante estos años, la industria turística empezó a ser más desafiante y competitiva ya que muchos países identificaron en este sector una importante oportunidad para la generación de divisas. En este sentido, los países que se adentraron a participar en el sector turístico establecieron un conjunto de estrategias de las cuales destacan las políticas públicas de inversión extranjera e instituciones financiadoras para establecimientos del sector turístico. En efecto, durante este período, el gobierno mexicano creó las condiciones fiscales que permitieron atraer y retener empresas extranjeras. En este sentido, la atraktividad territorial de México se constituyó de manera importante de políticas atractivas para la inversión. De hecho, los financiamientos para empresas hoteleras fueron otorgados en México a manera de que se desarrollaran las instalaciones necesarias. Esta etapa marca el inicio de un sector turístico el cual era la prioridad y se comienzan a desarrollar proyectos relevantes que llevarían a México al primer nivel como destino turístico internacional. En el año 1974 el presidente Luis Echeverría creó el instituto FONATUR con la fusión de las instituciones FOGATUR e INFRATUR. La nueva institución FONATUR tenía diversas funciones y de las principales se mencionan: realizar investigaciones, proyectos, realizar obras de infraestructura, proveer instalaciones en los centros turísticos, impulsar la creación empresas turísticas, gestionar y conferir financiamiento para el desarrollo de actividades turísticas

(Butler, Pick, & Hettrick, 2001; Brenner & Aguilar, 2002; Torres & Momsen, 2005; Wilson, 2008).

El FONATUR fue el organismo que inició la construcción de los centros integralmente planeados con el objetivo de convertir a las regiones menos desarrolladas en polos económicos, para aprovechar los recursos naturales de los territorios y a su vez generar empleos. En el año de 1974 se inician la construcción de los principales centros turísticos en Cancún Quintana Roo, y en Ixtapa Zihuatanejo en Guerrero. Para los años de 1976 en los Cabos, en Baja California Sur. Para los 80s se inician las construcciones en Huatulco, Oaxaca y Lotero. Finalmente, entre los años 2004-2009 se edifican los centros Bahía Banderas, Nayarit, Escuinapa en Sinaloa y Costa Lora en Tamaulipas (Butler, Pick, & Hettrick, 2001; Brenner & Aguilar, 2002; Torres & Momsen, 2005; Benseny, 2007; Wilson, 2008; Tulio, 2015). La atraktividad de los territorios que constituyen a México se ha conformado principalmente de recursos naturales y culturales y de políticas públicas que han permitido la atracción de inversión extranjera, la creación de organismos para realizar investigaciones y proporcionar financiamiento a las empresas y comunidades turísticas. Como uno de los mayores éxitos en el establecimiento de la atraktividad territorial se encuentran los centros turísticos integralmente planeados. Para ello, el gobierno estableció las condiciones políticas favorables en los territorios que presentaban importantes recursos turísticos para su aprovechamiento a través del turismo. Por lo tanto, la atraktividad de los territorios en donde actualmente se encuentran los centros turísticos integralmente planeados se constituyó principalmente de las iniciativas de los actores, de políticas públicas favorables para la inversión y además de los recursos naturales apropiados para su explotación mediante el turismo.

5. LA ATRACTIVIDAD TURÍSTICA EN TABASCO

El Estado de Tabasco se localiza estratégicamente en el sureste mexicano y posee importantes recursos naturales, así como culturales, por lo que es denominado el “edén de México” y la “Perla del Sureste”. El estado de Tabasco como destino turístico es considerado como un destino obligatorio ya que es la primera entidad en la región sureste de México. El Estado posee una atraktividad territorial basada en recursos naturales y culturales aunado a esto políticas públicas favorables principalmente para el desarrollo de la industria petrolera. A lo largo de los años, el gobierno ha ido impulsado estas dos industrias siendo la actividad petrolera la principal actividad económica. De hecho, la actividad turística de Tabasco se empezó a desarrollar a partir de la dinámica petrolera en la región. Las principales iniciativas que realizó el gobierno de Tabasco fueron a partir de los años 70s con el auge petrolero. Desde entonces, el Estado tuvo una mejora en su infraestructura física, modernización de los servicios públicos y una mayor actividad comercial. En estos años, la atraktividad territorial turística de Tabasco facilitó la construcción de importantes hoteles de distintas categorías, así como centros comerciales ya que se basaba de manera importante en el impulso de la inversión. Los empresarios habían reconocido un área de oportunidad al identificar que la afluencia que experimentaba Tabasco presentaba un crecimiento

importante, por lo que en el año de 1973 se firmó la declaración del desarrollo turístico del sur y sureste mexicano. Posteriormente, el gobierno de Tabasco convirtió el departamento de turismo en la dirección general de turismo para elaborar proyectos y actividades de promoción. Para los años 1977 se creó el consejo de promoción turística del Estado con el objetivo de articular el sector público con el sector privado. Entre los años 1978-1982 en el gobierno dirigido por Leandro Rovirosa Wade se impulsaron las atracciones turísticas haciendo de éstas mucho más aún atractivas bajo un enfoque de desarrollo sostenible. Además, se mejoraron las condiciones políticas para la construcción de hoteles para atender la demanda turística favorable gracias a la creación de los cuatro circuitos turísticos: Centro, Sierra, Ríos y Chontalpa.

En los años 1983-1987 el gobierno realizó acciones de promoción en Europa, Asia y América del Norte, por lo que se vio un incremento de la afluencia turística. La infraestructura hotelera no era suficiente, por lo que se construyeron nuevos establecimientos hoteleros, bares, restaurantes y se mejoró el sistema de transporte. Para los años 1989-1992 el gobernador Salvador Neme Castillo reconoció que Tabasco cuenta con un patrimonio cultural y natural que no había sido aprovechado y por ello impulsa la iniciativa "turismo para todos" construyendo dos importantes atracciones turísticas: La Palma en el municipio de Tenosique y Villa Luz en el municipio de Tacotalpa. Posteriormente, en los años de 1992 el gobierno bajo la dirección de Manuel Gurría Ordoñez reconociendo las tendencias internacionales identifica que el ecoturismo es un área de oportunidad para su aprovechamiento. Por lo tanto, el gobierno de Tabasco en conjunto con la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco realizó estudios y estructuró rutas ecoturísticas de SANAPET (sistemas de áreas naturales protegidas).

Para los años 1994 se crea el concejo consultivo turístico de Tabasco para seguir impulsado la industria turística de la entidad. Un año más tarde, en 1995 con el inicio de la administración en el gobierno de Roberto Madrazo la dirección general de turismo se convirtió en el instituto de turismo a manera de que Tabasco tuviera una mejor participación en el mercado internacional. Por lo tanto, se promocionó a Tabasco como destino turístico internacional en las ferias de Milán Italia, la feria ITB de Berlín en Alemania, en el salón internacional del turismo en París, Francia; en la FITUR en España y entre otros eventos más.

Las iniciativas para favorecer la atraktividad territorial en el Estado de Tabasco para impulsar la actividad turística han sido diversas, desde la creación de organismos para financiamiento, hasta políticas favorables para la inversión. Sin embargo, el gobierno ha creado condiciones más favorables para el desarrollo de la actividad petrolera.

6. METODOLOGÍA

Para la realización de esta investigación se realizó una revisión teórica sobre los factores de la atraktividad territorial y la atraktividad turística para el desarrollo de los destinos turísticos. También se hizo una revisión documental sobre la importancia acordada en los destinos de México a cada uno de los factores que influyen en el desarrollo turístico: Recursos naturales,

Política pública, Actores, Infraestructura. Se analizaron 173 documentos distribuidos de la siguiente manera Cancún 22.5%, Huatulco 32.4%, Puerto Vallarta 27.7%, y Los Cabos 17.3%, mismos documentos estuvieron clasificado de la siguiente manera: revista científica 85%, revista de divulgación 5.8%, y otros tipos de documentos 9.2%. La importancia acordada a los factores en el análisis de cada artículo se determinó por medio de una escala tipo Likert con las siguientes escalas: 0= nada importante y 4= Totalmente importante. Se determinaron los factores que tuvieron mayor influencia calculando un valor promedio por cada factor y por cada destino. En este sentido se determinó en función de los valores promedio de cada destino, los factores de atraktividad que más influyeron en su desarrollo.

Para determinar qué factores tuvieron mayor influencia en este estudio se compararon los diferentes valores obtenidos por cada factor en cada destino. De esta manera se obtuvieron resultados o valores promedios que indicaron la influencia o predominancia de cada factor en el desarrollo de los destinos de México. Mediante el análisis de los destinos de México y la revisión de las posturas de los autores en turismo para Tabasco, fue posible establecer una posición respecto a los factores de la atraktividad territorial y turística para esta entidad.

7. RESULTADOS

Generalidades

Con base a los resultados obtenidos en la investigación sobre la influencia de los factores en el desarrollo turístico de un destino, se presentan los valores como indicador de mayor o menor influencia de estos factores para México. El estudio consideró los factores tales como: recursos naturales, política pública, actores e infraestructura. La investigación incluyó a cuatro destinos turísticos en particular: Cancún, Huatulco, Puerto Vallarta y Los Cabos. Dicha investigación se realizó bajo la selección de documentos académicos los cuáles se clasificaron en artículos científicos, divulgación científica y otras revistas, en donde se analizaron un total de 173 documentos. Se consideraron estos cuatro destinos como casos de estudio. Los análisis estuvieron distribuidos de la siguiente manera Cancún 22.5%, Huatulco 32.4%, Puerto Vallarta 27.7%, y Los Cabos 17.3%.

Tabla 1

Factores incidentes en la atraktividad turística

Factores	N	Media
Recursos	173	1.80

Política Pública	173	1.32
Actores	173	2.56
Infraestructura	173	1.08

Nota: valores de importancia= 0 a 4.

Los resultados revelaron que los factores que mayor importancia tienen en el desarrollo de los destinos de México en términos generales son: los actores y los recursos naturales, en donde los agentes y los inversionistas del sector privado intervienen de manera recurrente en el aprovechamiento de las oportunidades de negocios turísticos. Por el otro lado, en menor grado de importancia, pero indispensable se identificaron los factores de infraestructura y políticas públicas.

Tabla 2

Los destinos como casos de estudios

FACTORES/DESTINOS	CANCÚN	HUATULCO	PUERTO VALLARTA	LOS CABOS
Recursos naturales	1.59	2.64	1.25	1.37
Políticas públicas	1.85	0.64	1.83	1.07
Actores	2.87	2.52	3.04	1.47
Infraestructura	1.03	0.46	1.69	1.3

Nota: valores de importancia= 0 a 4.

Con respecto a la influencia de los factores en lo particular en cada destino, los resultados muestran que los recursos naturales han influido de manera más importante en los destinos de Cancún y Huatulco. Mientras que las políticas públicas han contribuido de igual manera al desarrollo de Cancún y Puerto Vallarta. Por su parte, los actores es un factor que ha impulsado principalmente el destino de Puerto Vallarta, nueva mente a Cancún y Huatulco. Finalmente, el factor de infraestructura es el que ha impulsado de mayor parte el destino de Puerto Vallarta y a los Cabos.

Tabla 3

Fortalezas y debilidades respecto de los factores: Cancún

Factores		Índice
	Actores	2.87
Debilidad	Infraestructura	1.03

Nota: valores de importancia= 0 a 4.

Se puede llegar a la conclusión que para el caso Cancún su fortaleza llega ser el factor denominado actores con un índice de 2.87 equivalente a regularmente importante. Mientras que su factor de debilidad es la infraestructura con un índice de 1.03 denominado como poco importante.

Tabla 4

Fortalezas y debilidades: Huatulco

Factores		Índice
Fortaleza	Recursos Naturales	2.64
Debilidad	Infraestructura	0.46

Nota: valores de importancia= 0 a 4.

Para el destino Huatulco su fortaleza es el factor de recursos naturales con un índice de 2.64 el cual es equivalente a una connotación regularmente importante. Por otra parte, su factor de debilidad es infraestructura con un índice del 0.46 que significa nada importante.

Tabla 5

Fortalezas o debilidades: Puerto Vallarta

Factores		Índice
----------	--	--------

Fortaleza	Actores	3.04
Debilidad	Recursos-Naturales	1.25

Nota: valores de importancia= 0 a 4.

Para el destino turístico de Puerto Vallarta los resultados muestran que su factor de fortaleza son los actores, con un índice de 3.04 que tiene por significado importante. Mientras que su factor de debilidad son los recursos naturales con un índice del 1.25 que se interpreta como un valor poco importante.

Tabla 6

Fortalezas o debilidades: Los Cabos

	Factores	Índice
Fortaleza	Actores	1.47
Debilidad	Políticas Públicas	1.07

Nota: valores de importancia= 0 a 4.

Para el destino turístico de Los Cabos su fortaleza es el factor de actores, con un índice de 1.47 que tiene una connotación de poco importante, aunque ha sido el factor que más ha contribuido a su progreso. Mientras que su factor de debilidad fue políticas públicas con un índice del 1.07 equivalente a poco importante.

Si bien en el análisis de las tablas no se presenta a Tabasco como destino, en la revisión de literatura se pudo observar que la postura de los autores es que Tabasco posee un enorme potencial de recursos que es parte de su atraktividad territorial y turística. Se afirma que el sector turístico actualmente permanece estancado ante la falta de iniciativas de parte del gobierno para desarrollar este importante sector. Esto no significa que se esté contradiciendo las acciones del gobierno mostrado revisión teórica en la evolución del turismo en esta entidad. De hecho, en las dos últimas décadas el gobierno dejó de impulsar el turismo debido a los beneficios recibido de las remesas petroleras. Así el gobierno de Tabasco fomentó un supuesto turismo de reunión, pero vinculado a la actividad petrolera de la región. Se puede decir que Tabasco posee las condiciones apropiadas con un fuerte potencial turístico que como territorio es parte de su atraktividad territorial, pero sin iniciativas gubernamentales no será posible aprovechar las oportunidades que el factor recursos naturales brinda a esta entidad, es decir políticas públicas capaces de impulsar

el turismo conjuntando a los actores y promoviendo el desarrollo de infraestructura por que los recursos naturales deben ser explotados para generar los productos turísticos.

8. CONCLUSIONES

El desarrollo y consolidación de los destinos turísticos dependen en gran medida de su nivel de atractividad territorial, dado que los factores que intervienen favorecen el desarrollo del turismo. En efecto, los factores influyen en la atractividad de los territorios son cuatro de acuerdo a la teoría, y en el desarrollo del destino cada uno de ellos influye en diferente medida según las condiciones geográficas. En el presente estudio evidenció que cada elemento que conforma la atractividad de los territorios ha impacto de diferente forma el desarrollo de los principales destinos turísticos de México. En términos generales, se muestra que el factor que más ha influido en la atractividad y desarrollo de los destinos de México son dos. Por ejemplo, los actores presentaron un valor de 2.56 que es equivalente a regular con tendencia a importante. El segundo factor más influyente fueron los recursos naturales con un valor de 1.80 lo que implica una connotación de poco importante con tendencia a regularmente importante. No obstante, cada uno de los factores ha contribuido en el desarrollo y consolidación de los destinos de México en diferentes niveles de importancia. Para el Destino de Cancún el factor de los actores, es el que más ha influido con un valor de 2.87 o sea regularmente importante; en Huatulco fueron los recursos naturales con valor de 2.64 que representa una connotación regularmente importante; para Puerto Vallarta los actores es el factor que ha impulsado a su consolidación en el mercado turístico con 3.04 un valor de importante; y en Los Cabos el factor de actores con valor de 1.47 y aunque presenta una connotación de poco importante fue el más predominante en su desarrollo según los resultados.

Por tanto, los factores que influyen en la atractividad territorial y desarrollo de los destinos impactan de diferente manera de acuerdo con el management y proyectos turísticos implementado por la DMO. Es claro que la atractividad territorial del Estado de Tabasco como destino no se ha impulsado para favorecer su desarrollo y consolidación en el mercado turístico nacional e internacional, sea cual fuere el factor predominante en un destino, dependiendo de las condiciones geográficas, lo verdaderamente importante siempre serán las iniciativas gubernamentales para impulsar el destino turístico.

9. BIBLIOGRAFÍA

Almeida, J., Costa, C., & Nunes, F. d. (2018). Collaborative Approach for Tourism Conflict Management: A Portuguese Case Study. *Land Use Policy*(75), 166-179.

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol , nº 2, nº 3 pp. 408-429. Guzman-Sala, A. "Territorial attractiveness: analysis of the factors that influence the tourism development of the destinations"

- Andergassen, R., Candela, G., & Figini, P. (2017). The Management of Tourism Destinations: A Policy Game. *Tourism Economics*, 49-65.
- Benseny, G. (2007). El Turismo en México. Apreciaciones sobre el Turismo en el Espacio Litoral . *Aportes y Transferencias*, 13-34.
- Birkland, T. A. (2007). Agenda Setting in Public Policy. En F. Fischer, G. J. Miller, & M. S. Sidney, *Handbook of Public Policy Analysis: Theory, Politics and Methods* (págs. 63-78). USA: CRC Press Taylor & Francis.
- Birkland, T. A. (2011). *An Introduction to the Policy Process: Theories, Concepts and Models of Public Policy Making*. New York: M.E. Sharpe.
- Boisier, S. (1997). El Vuelo de un Cometa. Una Metáfora para una Teoría del Desarrollo Territorial. *Estudios Regionales*, 41-79.
- Boudeville, J. R. (1964). Croissance polarisée du Rio Grande do Sul. *Caravelle. Cahiers du Monde Hispanique et Luso-Brésilien*, 345-362.
- Brenner, L., & Aguilar, A. G. (2002). Luxury Tourism and Regional Economic Development in Mexico. *The Professional Geographer*, 500-520.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21, 97-2000.
- Butler, E. W., Pick, J. B., & Hettrick, J. W. (2001). *Mexico and Mexico City in the World Economy*. United States: Westview Press.
- Butler, R. W. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, 5-12.
- Camagni, R. (2006). Compétitivité Territoriale: La Recherche d'avantages Absolus. *Reflets et Perspectives de la Vie Économique*, 95-115.
- Chazart, M. (2001). *SUR L'ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE FRANCAIS* . France: Premiere Ministre.
- Clifton, J., Díaz, D. F., & Fernández, M. G. (2015). Public Infrastructure Services in the European Union: Challenges for Territorial Cohesion. *Regional Studies*, 358-373.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 164-182.
- Condeco, M., Gutiérrez, J., & García, J. C. (2011). Spatial Roads of Road Pricing: Accesibility, Regional Spillovers and Territorial Cohesion. *Transport Research Part A*, 185-203.
- Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2008). The Attractiveness and Competitiveness of Tourist Destinations: A Study of Southern Italian Regions. *Tourism Management*, 336-344.
- Crouch, G. I. (2010). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinats Attributes. *Journal of Travel Research*, 27-45.
- Crouch, G., & Ritchie, B. J. (1999). Tourism, Competitivesness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 137-152.

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol , nº 2, nº 3 pp. 408-429. Guzman-Sala, A. "Territorial attractiveness: analysis of the factors that influence the tourism development of the destinations"

- de Mattos, C. A. (1998). Reestructuración, Crecimiento y Expansión Metropolitana en las Economías Emergentes Latinoamericanas. *Economía Sociedad y Territorio*, 723-754.
- de Mattos, C. A. (2001). Movimientos de Capital y Expansión Metropolitana en las Economías Emergentes Latinoamericanas. *Revista de Estudios Regionales*, 15-43.
- Elhasbi, A., Barkaoui, M., Bouksour, O., & Kamach, O. (2017). Les Determinants de l'attractivité Territoriale des Entreprises Manufacturières et Logistiques Étrangères. *La Revue Gestion et Organisation* , 25-36.
- Elies, F. B. (2006). *La atractividad Económica de los Territorios*. Francia: Université Jean Moulin.
- Fabry, N. (2009). Clusters de Tourisme, Compétitivité des Acteurs et Attractivité des les Territoires. *Revue Internationale d'intelligence Économique*, 55-66.
- Freeman, E. R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, E. R., Wicks, A. C., & Parmar, B. (2004). Stakeholder Theory and "The Cooperative Objective Revisited". *Organization Science*, 364-369.
- Gagnon, S. (2007). L'attractivité Touristique des Territoires. *Téoros*, 3-4.
- García-Silverman, A. (1970). Clasificación de los Recursos Turísticos. *Investigaciones Geográficas*, 61-65.
- Garrocho, C. R., & Campos, J. A. (2006). Un Indicador de Accesibilidad a Unidades de Servicios Clave para Ciudades Mexicanas: Fundamentos, Apoyo y Aplicación . *Economía Sociedad y Territorio*, 349-397.
- Gérardin, H., & Poirot, J. (2010). L'Attractivité Des Territoires: Un Concept Multidimensionnel . *Mondes en Développement*, 27-41.
- Glasmeier, A. K. (1999). Territory-Based Regional Development Policy and Planning in a Learning Economy: The Case of Real Service Centers in Industrial Districts. *European Urban and Regional Studies*, 73-84.
- Gunn, C. A. (1988). *Vacationscape: Designing Tourist Areas* . United States: Van Nostrand Reinhold.
- Gutierrez, J. (2001). Location, Economic Potential and Daily Accesibility: An Analysis of the Accesibility Impact og the High-Speed Line Madrid-Barcelona-French Border. *Journal of Transport Geography*, 229-242.
- Guzmán-Sala, A. (2016). *INNOVATIONS DANS LE SECTEUR TOURISTIQUE AU MEXIQUE Le Tabasco: analyse opérationnelle et perspectives*. París: L'Harmattan.
- Guzmán-Sala, A., García-Martínez, V., Mayo-Castro, A., & Gómez-Díaz, A. I. (2016). *El Sector del Turismo en Tabasco Análisis Operativo y Perspectiva de la Oferta y la Demanda*. México: Clave Editorial.

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol , nº 2, nº 3 pp. 408-429. Guzman-Sala, A. "Territorial attractiveness: analysis of the factors that influence the tourism development of the destinations"

- Hatem, F. (2005). *Attractivite de Territoire: Theorie et Pratique, Aller-Retour*. Normandie: Ecole de management de Normandie.
- Hidalgo-Fernández, A., Hernández Rojas, R., del Río, J., Antonio, J., & Casas-Rosal, J. C. (2019). Tourist Motivations and Satisfaction in the Archaeological Ensemble of Madinat Al-Zahra. *Sustainability*, 11(5), 1380.
- Holder, J. S. (1992). The Need for Public-Private Sector Cooperation in Tourism. *Tourism Management*, 157-162.
- Huart, D. (2013). *L'attractivité des Territoires du Nord-Pas-de-Calais*. France: INSEE: Institut National de la Statistique et des Études Économiques.
- Jafari, J. (1979). The Tourism Market Basket of Good and Services. *Tourism Recreation Research*, 1-8.
- Jiao, J., Wang, J., Jin, F., & Dunford, M. (2014). Impacts on Accesibility of China's Present and Future HSR Network. *Journal of Transport Geography*, 123-132.
- Jiménez, A. d. (1990). *Turismo: Estructura y Desarrollo*. México: McGraw-Hill.
- Karlsson, C. (1997). Product Development, Innovation Networks, Infrastructure and Agglomeration Economies . *The Annals of Regional Science*, 235-258.
- Knezevic, R. (2008). Contents and Assessment of Basic Tourism Resources. *Tourism and Hospitality Management* , 79-94.
- Kozak, M., Baloglu, S., & Bahar, O. (2009). Measuring Destination Competitiveness: Multiple Destinations Versus Multiple Nationalities. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 56-71.
- Krugman, P. (1996). A Country is Not a Company. *Harvard Business Review* , 40-51.
- Leask, A. (2010). Progress in Visitor Attraction Research: Towards More Effective Management. *Tourism Management*, 155-166.
- Leno, F. C. (1991). Los Recursos Turísticos en un Proceso de Planificación: Inventario y Evaluación. *Papers de Turisme*, 7-24.
- Masson, S., & Petiot, R. (2012). Attractivité Territoriale, Infrastructures Logistiques et Développement Durable. *Les Cahiers Scientifiques du Transport*, 63-90.
- Moncayo, E. J. (2004). *Nuevos Enfoques de Desarrollo Territorial: Colombia una Perspectiva Latinoamericana*. Bogota, Colombia: Universidad Nacional de Colombia, ONU, CEPAL.
- Nijkamp, P. (1986). Infrastructure and Regional Development: A Multidimensional Policy Analysis. *EMPEC*, 1-21.
- Pearce, D. G. (2014). Toward an Integrative Conceptual Framework of Destinations. *Journal of Travel Research*, 141-153.
- Pecqueur, B. (2013). Territorial Development: A New Approach to Development Process for the Economies of Developing Countries. *INTERthesis*, 8-32.

- Perroux, F. (1955). Note sur la Notion de Pôle de Croissance. *Économie Appliquée*, 307-320.
- Plog, S. C. (1974). Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hospitality Quarterly* , 55-58.
- Sassen, S. (2005). When the National Territory in Home to the Global: Old Borders to Novel Borderings. *New Political Economy*, 523-541.
- SECTUR. (2017). *Resultados de la Actividad Hotelera Enero-Diciembre 2016*. México: Secretaria de Turismo.
- Sthör, W. (1980). Development from Below: the Bottom-Up and Periphery-Inward Development Paradigm. *IIR-Discussion Papers*, 1-54.
- Swarbrooke, J. (2002). *The Development and Management of Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Thót, G., & Dávid, L. (2010). Tourism and Accessibility: An Integrated Approach. *Applied Geography*(30), 666-677.
- Torres, R., & Momsen, J. (2005). Planned Tourism Development in Quintana Roo, Mexico: Engine for Regional Development or Prescription for Inequitable Growth? *Current Issues in Tourism*, 259-258.
- Tulio, M. I. (2015). Los Centros Integralmente Planeados (CIP'S) en México. *Revista Latinoamericana de Turismología*, 36-53.
- Vázquez-Barquero, A. (2007). Desarrollo Endógeno: Teorías y Políticas de Desarrollo Territorial. *Investigaciones Regionales*, 183-210.
- Vos, J. F., Boonstra, A., & Achtercamp, M. C. (2016). Understanding the Dyadic Promoter-Stakeholder Relations in Complex Projects. *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5-23.
- Wilson, T. D. (2008). Economic and Social Impacts of Tourism in Mexico. *Latin American Perspectives*, 37-52.
- Xu, J. B. (2010). Perceptions of Tourism Products. *Tourism Management*, 607-610.