

**Revista de Turismo,
Patrimonio y Desarrollo**

Confederación
Panamericana de Escuelas
de Hotelería, Gastronomía
y Turismo (CONPEHT).

www.conpeht-turpade.com

ISSN: 2448-6809

Publicación semestral

Número: 14

Marzo 2021/ Septiembre
2021

Autores:

Dr. Ricardo Sonda de la
Rosa

Dr. Enrique Ventura Mota
Flores

Lic. Evelin García Morales

Correspondencia:

Dr. Ricardo Sonda de la
Rosa

rsonda@ucaribe.edu.mx

LA PLAYA COMO USO DE NEGOCIOS TURÍSTICOS EN MÉXICO. ESTUDIO COMPARATIVO CANCUN – ACAPULCO

*The beach as a use of tourist businesses in México
Comparative study Cancun – Acapulco*

DR. RICARDO SONDA DE LA ROSA

DR. ENRIQUE VENTURA MOTA FLORES

LIC. EVELIN GARCÍA MORALES

Universidad del Caribe, Cancún, Quintana Roo, México

Resumen: La playa constituye uno de los atractivos más importantes de los destinos turísticos en México, lugar donde se desarrollan diversas actividades comerciales que influyen de manera directa en el desarrollo económico. El objetivo de la investigación es inventariar y comparar, de acuerdo con la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos de Richard Butler, los negocios turísticos entre Acapulco y Cancún. Con una metodología cuantitativa, centrada en un estudio de caso, complementándose con aspectos cualitativos de tipo fenomenológico, fueron registradas, clasificadas y comparadas las actividades comerciales que satisfacen los requerimientos y expectativas de los turistas y visitantes. El apartado de resultados, esquematiza las similitudes y diferencias de los negocios turísticos que se realizan en Cancún y Acapulco que habrá de servir como insumo para la toma de decisiones futura respecto a la innovación y fortalecimiento de industria respecto los productos y servicios ofertados y demandados.

Palabras claves: *Empresa; Turismo; Industria turística; Playa.*

Abstract: The beach is one of the most important attractions of tourist destinations in Mexico, a place where various commercial activities are carried out that directly influence economic development. The objective of the research is to inventory and compare, according to Richard Butler's theory of the life cycle of tourist destinations, the tourist businesses between Acapulco and Cancun. With a quantitative, methodological in a case study, supplemented with phenomenological qualitative aspects, the commercial activities that satisfy the requirements and expectations of tourists and visitors were registered, classified and compared. The results section outlines the similarities and differences of the tourist businesses that are carried out in Cancun and Acapulco, which will serve as input for future decision-making regarding innovation and strengthening the industry regarding the products and services offered and demanded.

Key words: *Company; Tourism; Tourist industry; Beach.*

1. INTRODUCCIÓN

Richard Butler autor de la teoría del Ciclo de vida de los destinos turísticos, hoy en día una de las teorías más utilizadas para comprender el desarrollo de las localidades turísticas desde lo económico en los servicios y productos que ofertan a turistas nacionales e internacionales. En la primera parte se aborda la teoría de Butler (1980), estableciendo las diversas fases que a través del tiempo los destinos van evolucionando: iniciando por la etapa de explotación, implicación, desarrollo, consolidación y estancamiento o declive / rejuvenecimiento; describiendo características naturales, sociales, políticas y económicas del destino según la fase en que se encuentre.

Analizar la actividad económica comercial de Cancún y de Acapulco, en relación con el ciclo de vida de los destinos turísticos, ayuda a definir las estrategias más adecuadas para ofrecer productos o servicios dirigidos a quienes los visitan y es en este contexto que el presente artículo propone inventariar, catalogar y comparar los giros comerciales que se realizan en las playas de dos de los más importantes destinos turísticos de México. Las playas de Cancún, Quintana Roo, un destino en estancamiento y las playas de Acapulco, Guerrero, un destino en declive, bajo la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler, que habrá de servir como diagnóstico, teniendo en cuenta elementos de innovación, consolidación o retirada de giros comerciales de acuerdo con la etapa en que se ubiquen.

El ámbito de estudio se enfoca en los negocios turísticos que se desarrollan en las playas, definiéndolas y caracterizando sus usos haciendo énfasis en la parte económica partiendo de las actividades comerciales que se desarrollan en los espacios denominados “playas”, bajo los preceptos teóricos y actividades prácticas formales e informales, chicas o grandes, corporativas o familiares.

La metodología utilizada fue el estudio de caso, como lo refiere Creswell (2012), analizando contextos determinados en tiempos y lugares específicos, utilizando diversas fuentes de información en la recopilación de datos para dar una descripción detallada de un fenómeno social, aplicando la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler para describir los negocios turísticos y analizar su pertinencia en un contexto turístico nacional.

El propósito del uso de esta metodología fue el de contar con un planteamiento descriptivo de tipo fenomenológico para identificar y describir las variables que influyen en el ciclo de vida de los destinos turísticos. Se analizarán las particularidades del objeto de estudio en dos lugares con etapas diferentes de ciclo de vida, permitiendo de esta manera un conocimiento más amplio sobre el fenómeno de los negocios turísticos.

El objetivo de inventariar y comparar dos destinos turísticos obliga a evaluar circunstancias particulares de cada uno de los contextos. Variables como el tipo de turistas, el nivel de gasto del turista, la percepción de seguridad o inseguridad del destino que influyen de manera directa en la actividad turística y son factores determinantes en la elección de sitios vacacionales, así como la oferta complementaria enmarcada en esquemas sociales, políticos y regulatorios propios de cada estado que, en conjunto,

establecen las estrategias para hacer las campañas de mercadotecnia y con ello vender paquetes vacacionales.

A raíz de ello la selección deliberada de los destinos de estudio obedeció principalmente a que Acapulco y sus negocios turísticos, considerados respecto a la teoría de Butler en etapa de declive sería el escenario futuro de destinos en etapa de estancamiento como Cancún. El compararse entre destinos es la clave para determinar fortalezas o debilidades respecto a las estrategias turísticas que se deben implementar de manera práctica y con fundamento teórico, en dos destinos diferentes, pero con la misma finalidad, la actividad turística de alto nivel.

Ciclo de vida de los destinos turísticos

El establecimiento de etapas en los destinos turísticos no es nuevo, a lo largo de la historia se han establecido propuestas para determinar ciclos intermedios en el desarrollo de una localidad turística. Gilbert (1939), Christaller (1964), Noronha (1976), Miossec (1977), fundamentan sus aportes a que los sitios turísticos trascurren por una serie de fases o ciclos a lo largo de su vida, sin embargo, el ciclo de vida de un destino turístico, según Butler, es por sí solo una de las teorías de mayor relevancia en el análisis del perfil de los visitantes.

El modelo de Butler tiene su origen en la teoría del ciclo de vida del producto propuesto por Dean (1950), en el ámbito de la comercialización, pero es adaptado y relacionado con variables propias de la industria turística, considerando infraestructura, actitudes, involucramiento de agentes locales, accesibilidad, competencia y, por supuesto, la comercialización, con una serie de características que se describen a continuación:

- **Explotación:** Fase donde se inician pequeños grupos de visitantes que se interesan en lo exótico que representa el lugar, debido a sus particularidades naturales y culturales, con falta de infraestructura e institucionalización.
- **Implicación:** Se caracteriza por iniciativas locales para desarrollar una planta turística con una promoción que trae como consecuencia el incremento en el número de visitantes; aparecen emprendedores locales y la administración pública provee cierta infraestructura.
- **Desarrollo:** El crecimiento de turistas es marcado, los negocios turísticos locales se complementan con empresas internacionales, se mejoran las condiciones de los locales y se genera la necesidad de un buen control político regional y nacional.
- **Consolidación:** El crecimiento de visitantes se desacelera, su infraestructura inicia un desgaste natural, se identifica el destino como un lugar con una economía que vive del turismo, produce un distanciamiento con el entorno geográfico y cultural que lo definía inicialmente.
- **Estancamiento:** Se presenta después de que el destino ha alcanzado el máximo de sus visitantes y ya no puede ser superada, el destino deja de estar de moda y se trata de consolidar un tipo de turismo más conservador; parte de la infraestructura que era utilizada en un principio para fines turísticos es utilizada en otro tipo de negocios; aparecen problemáticas sociales, medioambientales y económicas.

- Declive o rejuvenecimiento: Es cuando existe en el primero de los casos, un exceso en la capacidad de carga del destino, la infraestructura se utiliza en asuntos ajenos a la actividad turística, deja de ser atractivo para los turistas. El rejuvenecimiento se caracteriza por una reorientación de esfuerzos a un segmento específico de turistas que demuestra interés en el destino y generan un nuevo posicionamiento de mercado.

En este sentido, el modelo de vida de destinos turísticos puede ser utilizado como elemento en la toma de decisiones respecto a las técnicas de comercialización para satisfacer diferentes necesidades de los turistas y que son condicionadas por la etapa en la que se encuentren. Cancún y Acapulco, cuentan con características particulares de consolidación y estancamiento, mismas que requieren ser investigadas para analizar los giros comerciales que se desarrollan en tan representativos destinos turísticos.

De acuerdo al Banco de México, descrito por el financiero, el mayor ingreso neto de dólares a México en los primeros meses del 2018 lo encabezó la industria automotriz por más de 11,095 millones de dólares seguida de las remesas familiares con 4,415 millones de dólares en el primer bimestre del mismo año y el tercer lugar lo ocupó el sector turismo con poco más de 2,090 millones de dólares acumulado de enero a febrero del 2018 y el petróleo fue a la baja con 2,896 en los primeros meses del mismo (El Financiero 2019). Esta tercera, y por lo que representa para la economía turística mexicana, debe conocerse desde su origen para valorar la importancia de este sector, por lo que es un tema que amerita estudiarse.

No es casualidad que cada día, el turismo se consolide como una actividad que para muchos países es el motor de desarrollo, incluso es considerada como una economía emergente que brinda bienestar y estabilidad social a países, estados o municipios. Tan sólo en México, en el 2016, sus centros integralmente planeados (CIP) cerraron, reportando lo siguiente: Loreto en Baja California Sur, 30.9 mmd, Huatulco en Oaxaca, 37.5 mmd; Ixtapa en Guerrero, 108.3 mmd; La Riviera Nayarit, en el estado del mismo nombre, 435.3 mmd; Los Cabos, Baja California Sur, 933.97 mmd y Cancún en Quintana Roo, una derrama superior a los 4,000 mmd, que inclusive en el periodo enero-diciembre 2016, registró una derrama de más de 4,790.4 mmd (SECTUR, 2020).

Con el objetivo de trazar estrategias y lograr acuerdos que impulsen la industria turística en el país, se realizó la trigésima séptima Reunión Ordinaria de la Asociación de Secretarios de Turismo de México (ASETUR), en la que su presidente Luis Humberto Araiza López, Secretario de Turismo de Baja California Sur, presentó el Plan Maestro 2020 que seguirá la agrupación.

A través de este mecanismo, los titulares de Turismo de todos los estados del país, crearán una agenda común de trabajo entre los miembros de la asociación y los principales actores turísticos, tanto a nivel nacional como internacional, para detonar y explotar todo el potencial de México en los principales mercados del mundo.

Durante este encuentro, se dieron a conocer los avances del Tren Maya y de los Centros Integralmente Planeados, además de la cartera de inversión 2020. Se informó sobre la estructura y funciones del Consejo de Diplomacia Turística, se abordó el presupuesto

2020 para el Sector Turístico y Agenda Jurídica prevista por los Senadores, así como el Plan de Ferias Internacionales 2020 y los espacios de comercialización para el Tianguis Turístico 2020.

Cancún, Quintana Roo

La Secretaria del Estado de Quintana Roo reportó como datos preliminares en el periodo enero - diciembre 2019 ocupaciones de Cancun 80.4%, Cozumel 67.6%, Isla Mujeres 70.4%, Chetumal 51.4%, y Riviera Maya de 82.1%. (SEDETUR 2020).

Con la necesidad explícita de seguir creciendo y evolucionado, se debe conocer sus orígenes para determinar un futuro real y alcanzable. Cancún, en el Estado de Quintana Roo, nace el 8 de octubre de 1974 y desde siempre se ha caracterizado por estar favorecido, por las playas de arena blanca con mar turquesa que han permitido posicionar su destino turístico entre los mejores de México (Ayuntamiento Benito Juárez 2020). Cancún se caracteriza por la gran infraestructura en hoteles, restaurantes, campos de golf, marinas, agencias de viajes, zonas arqueológicas, aeropuertos, parques temáticos y todo lo que constituye una variada oferta de alojamiento, restauración, cultura, diversión y entretenimiento. Las empresas turísticas brindan servicios y productos a quienes la visita lo que han servido para posicionar al destino en todo el mundo por la diversidad y calidad de productos y actividades que se desarrollan en torno a un destino de clase mundial.

Todo desarrollo turístico debe obedecer a una necesidad y sobre todo a una planeación que lleve de manera estructurada y articulada lo que desea hacer y hacia donde desea llegar. Cancún, a diferencia de la mayoría de las ciudades mexicanas, no tiene más de 50 años de historia, sin embargo, cuenta con infraestructura y diseño de cualquier urbe moderna, tiene una población de 628,306 habitantes (INEGI 2020), se la categoriza como una ciudad mediana en transición a una gran ciudad. El destino turístico de Cancún es un destino en fase de consolidación.

Acapulco, Guerrero

Acapulco se encuentra ubicado en el Estado de Guerrero en la costa del Pacífico en México y además de haber sido un importante puerto de comercio en la Nueva España, es en la actualidad es uno de los más importantes destinos turísticos de México. Acapulco obtuvo su fama mundial en la década de los años cincuenta con las visitas de estrellas de Hollywood y que en la actualidad sigue siendo un destino turístico por las playas y vida nocturna que lo caracteriza. La ciudad cuenta con poco más de 20 kilómetros de playas desde Barra Vieja hasta Pie de la Cuesta dividido en tres grandes zonas turísticas:

Acapulco tradicional: Desarrollado en los años 30's a 60's es la parte antigua del puerto donde se haya el centro de la ciudad, los barrios históricos y el puerto. En esta zona se pueden encontrar algunos de los hoteles más antiguos, restaurantes con platillos típicos y gran parte de los atractivos turísticos de Acapulco sobre la Avenida Miguel Alemán.

Acapulco Dorado: Tuvo su desarrollo entre los años 60's a los 80's, ubicado a 25 minutos del Aeropuerto Internacional de Acapulco, es la zona que presenta más

afluencia turística en el puerto, justo en la bahía de Santa Lucía, recorre la parte de la bahía de Acapulco, desde Icacos pasando por la costera Miguel Alemán y hasta el parque Papagayo pasando por varias infraestructuras hoteleras, condominios y residenciales.

Acapulco Diamante: También conocido como Punta Diamante y es la parte más nueva que, desde los 90's hasta la fecha es la que ha tenido mayor desarrollo e inversión del puerto, conformada por exclusivos hoteles, villas de lujo y resorts de cadenas internacionales, zonas comerciales y campo de golf. Todo lo anterior lo convierte en uno de los lugares más exclusivos del país que inicia en la carretera escénica en las Brisas, pasando por Puerto Marques y punta Diamante extendiéndose hasta la Playa de Barra Vieja. Acapulco pertenece a la zona turística llamada el Triángulo del sol que está conformada junto con Ixtapa Zihuatanejo y el pueblo mágico de Taxco.

Respecto al clima, Acapulco cuenta con uno de tipo tropical húmedo y seco, con un promedio de 36 °C con sensaciones de 41 °C, las tormentas tropicales y los huracanes son una amenaza a partir de mayo a noviembre, así como la época de lluvia de agosto a septiembre. Acapulco es la ciudad más poblada del estado de Guerrero con poco más de 673,479 habitantes (INEGI 2020) más los considerados población flotante que de acuerdo a la Universidad Nacional Autónoma de México rebasa el millón de habitantes.

Acapulco es la ciudad en el aspecto turístico que más reedita al ayuntamiento y al estado contando con el PIB estatal con 38,592.218 millones de pesos. La economía de Acapulco gira en torno al sector de servicios siendo generadora de empleos para operar sus actividades turísticas. De acuerdo a la Secretaría de Turismo, Acapulco registro la visita de 5,225,259 turistas en el año 2017 y cuenta en el 2018 con una infraestructura de 18,972 cuartos de hotel con un porcentaje anual del 46.6%.

Algunos de los principales atractivos turísticos que ofrece el puerto de Acapulco son la Isla de la Roqueta, la Quebrada, La fuente de la Diana cazadora, Xtasea Tirolesa, el Malecón, Puerto Marques, Pie de la cuesta, Fórum Mundo Imperial, El Parque acuático Rollo, Sinfonía del Mar y la Virgen de los mares (Ayuntamiento de Acapulco 2020).

Uno de los eventos que ha posicionado a Acapulco como destino mundial es el Tianguis Turístico antes llamado Feria Internacional de Hoteles y Agencias Turísticas de Acapulco, lugar donde se reúnen las principales empresas dedicadas a la industria donde se promueven diferentes destinos turísticos de México desde 1975. A partir del 2011, el Gobierno Federal decidió hacer el Tianguis Turístico itinerante alternándolo cada dos años

Ámbito de estudio / Los negocios turísticos en las playas

Los indicadores económicos de los destinos turísticos de Cancún y Acapulco aportan en sentido general con cuadros estadísticos de la zona donde se desarrolla la actividad turística, en los que se puede encontrar históricos de derrama económica, cuartos-noche ocupados, estancias promedio, visitantes al destino, pero en pocas ocasiones estos se refieren a un espacio predeterminado que la presente investigación propone, los “Negocios Turísticos” en el espacio denominado “La Playa”.

Las playas pueden ser utilizadas con 5 principales propósitos, 1) El uso residencial del suelo; 2) El aprovechamiento de recursos pesqueros, de petróleo, minerales o gas; 3) Construcción de instalaciones portuarias; 4) Conservación y protección de biodiversidad y 5) Turismo y actividades recreativas (Clark 1996).

Las razones del porqué las playas son los espacios más representativos y fotografiados en las vacaciones de los que acuden a ella, derivan de toda una gestión operativa y administrativa de coordinación de esfuerzos en lo municipal, estatal, federal, de iniciativa privada o pública, donde todos ellos forman y dan certeza y atractivo a los destinos turísticos. Es recomendable que cada desarrollo turístico cuente con una estrategia clara y definida sobre cómo debe gestionar sus recursos para con ello crear de manera efectiva ventajas competitivas, en armonía con equilibrio y sustentabilidad. La buena gestión de este recurso condicionará la marcha del negocio turístico, su calidad y permanencia en el tiempo (Yepes, 2007).

Es una realidad que en las playas de los destinos turísticos se generan ingresos económicos que nutren a la industria y que, gracias a estas actividades económicas, el crecimiento turístico se hace evidente y se complementa con diversos productos y servicios como: cafeterías, restaurantes, masajes, supermercados, parques temáticos, venta de tours y más. En síntesis, la gestión ordenada, así como la indudable capacidad de atracción del espacio “playa”, junto con el innegable deseo de planificación de su uso, ha incentivado el estudio de lo que en esos espacios sucede (Sonda, 2020).

En el año 1995, el Instituto Turístico de Valencia compartió los siguientes datos: los turistas pasan entre 3 y 5 horas al día en la playa; el 78% de los encuestados piensa que el ir a la playa conforma el ideal de sus vacaciones. El 73% piensa que relajarse y descansar es igual de importante que tomar el sol en la playa (Instituto Turístico de Valencia, 1995), todo lo anterior no deja lugar a duda la trascendencia de la playa como motivación.

Otro estudio de playas realizado en los Estados Unidos de América por *American Coastal Coalition*, establece que sus zonas costeras representan una quinta parte del territorio de ese país y que en el año 1997 generó más de 185 billones de dólares y se crearon poco más de 2.7 millones de trabajos directos. Los visitantes de las playas de Florida gastan anualmente 11 billones de dólares y solo en el área de Miami 2 billones, valor que se ha duplicado en la última década (Marlowe, 1999).

Considerar la playa como factor productivo implica concebirla como resultado de la suma de esfuerzos económicos, sociales, culturales que suceden en ellas y de esta forma conocer el desarrollo del negocio turístico en las playas de los destinos turísticos. Para la mayoría de las personas, el término “Playa” es empleado de manera específica en un entorno turístico, en seguida viene a su mente la imagen de arena, sol y mar, sin embargo, se debe saber que en realidad se está hablando de un conjunto de atributos que ofrecen en un destino; (Bejarano 1997) en cierta medida estos son contruidos gracias a los medios de comunicación masivos.

Con el objetivo de inventariar los negocios turísticos en las playas de los tres destinos, se debe definir, en primera instancia, lo que significa para la investigación los conceptos de

“Negocio”, “Negocio turístico” y “Playa”. Rondón (2010) en su obra *Análisis de los diferentes componentes del ecosistema* define a “playa” como acumulación de sedimentos depositados por las olas y las corrientes en las zonas costeras. Puede hablarse de un perfil teórico de playa en donde habría que diferenciar varios elementos morfológicos:

- Ante playa, zona siempre sumergida, en la que pueden distinguirse otros elementos topográficos menores formando barras y depresiones.
- Playa baja, parte que queda sumergida en cada pleamar, que presenta también un conjunto de bancos y zonas deprimidas en las que permanece el agua durante el reflujo e incluso la bajamar.
- Playa alta, zona en la que cabe distinguir entre las bermas, o pequeños resaltes escalonados y el propio cordón litoral, de mayor altura.

Para “Negocio” se tomó la definición de Díaz, de su libro *Negocios Internacionales*, como: actividad de hacer un trabajo con el fin de percibir un beneficio y este puede ser lucrativo, existiendo diferentes maneras de hacerlo por el número de actividades diferentes o parecidas entre unos y otros (Díaz 2003).

La definición de “Negocio Turístico” se tomó de Gonzalez (2009), Aquella ocupación que logra un individuo o empresa y que está encaminada a obtener un beneficio de tipo económico con un giro que satisfaga una necesidad de un turista o visitante. La palabra negocio tiene su etimología de *nec* y *otium*, es decir “sin ocio”, refiriéndose a hacer algo por dinero. En la investigación se denomina “negocio turístico” a toda actividad que consiste en recibir un dividendo por la entrega de bienes y servicios con el fin de mejorar los ingresos y reducir los costos para volverse más eficiente en la industria turística.

La presente investigación propone realizar un levantamiento de los negocios turísticos ubicados en las playas de dos destinos turísticos representativos en México como Cancún en Quintana Roo y Acapulco en Guerrero.

2. METODOLOGIA

Dentro de las investigaciones científicas la metodología es una parte importante, pues es ahí donde se plasma la manera de abordar un sujeto de estudio originado en una problemática delimitada. El enfoque de esta investigación es de carácter mixto, ya que es un inventario cuantitativo que basa sus resultados en los números para investigar, analizar y comprobar información con apreciaciones cualitativas de orden etnográfico. Parte de la investigación trata de la descripción y análisis de un campo social específico en un entorno sociocultural. Por medio de este tipo de investigación, los datos que se obtienen son base de la reflexión que compara y contrasta realidades, desde un punto de vista económico y social (Szilasi, 2003).

Las investigaciones de esta índole tratan de abordar un lugar determinado por el investigador, para registrar fenómenos de un grupo social desde el punto de vista cultural por medio de la observación, con participación directa en un contexto determinado, para analizar lo relacionado con hábitos, costumbres, formas de ser y conductas, para

interpretar una realidad en conjunto. La etnografía es una práctica reflexiva, pues el conteo, las imágenes y visiones que elabora en relación con la observación están directamente relacionadas con el fenómeno social (Apud, 2013).

Los medios por los cuales el investigador se aproxima al objeto de estudio para registro de datos se llaman “Instrumentos de Investigación”. Existen cuatro tipos: la observación, el análisis textual, las entrevistas y las transcripciones; ya sea que se utilicen de manera individual o en combinaciones, son tanto eficientes como eficaces (Silverman, 2011).

Es en este sentido que la observación fue el principal instrumento de investigación, acumulando e interpretando las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas u objetos, tal y como las realizan habitualmente (Creswell 2012), estableciendo la variable dependiente como “negocio turístico” y las independientes, “playa” y “ubicación”, tal como lo explica Gundermann, tratando de dar sentido en función de otros elementos susceptibles de explicar en un contexto determinado (Gundermann, 2010).

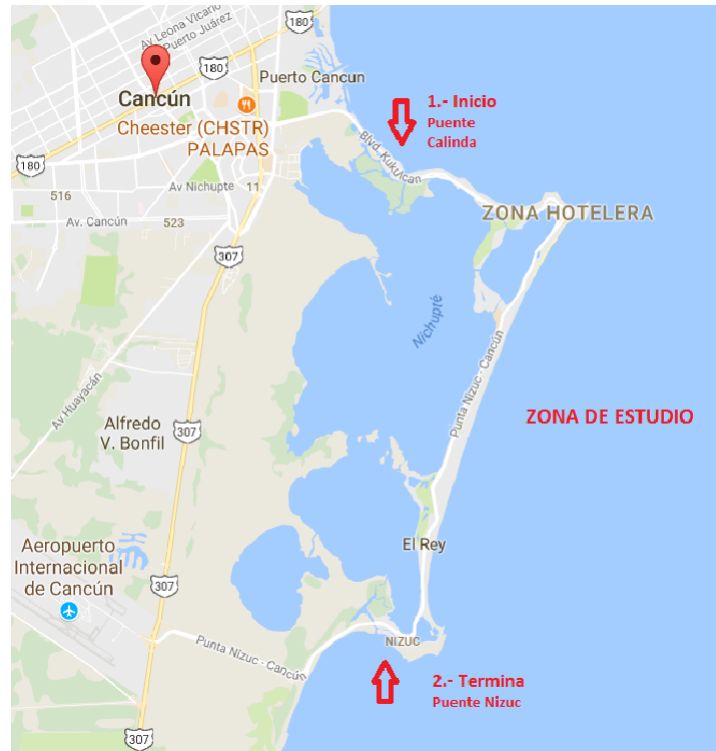
Es importante resaltar que esta metodología de investigación tiene un carácter comparativo, entendiéndose cómo de manera científica se diagnostican variables comunes en locaciones diferentes, con la finalidad de determinar similitudes, coincidencias o divergencias que tratan de explicar una situación presente, pasada o futura y que por medio de una búsqueda sistémica se establece, si existe las relaciones o cercanías correspondientes respecto a un tema en especial, como es el caso de estudio con dos destinos turísticos similares pero con diferentes orígenes.

Estrategia Metodológica

Esta tuvo su inicio con la revisión bibliográfica física y virtual de páginas de internet nacionales e internacionales, publicaciones de artículos científicos relacionados con negocios turísticos y playas, donde se encontraron investigaciones que sirvieron para tomar la decisión y delimitar geográficamente el espacio de campo a ser investigado: Cancún y Acapulco, debido a la derrama económica que representan para sus estados, adicional al número de trabajadores de la industria y parecida oferta turística de los destinos seleccionados.

Fue en este momento que el trabajo etnográfico tomó gran relevancia ya que se realizó de manera física el levantamiento de la información en las playas. El investigador llevó una cámara y una lista en la que fue registrando los hallazgos durante los recorridos; el primero de ellos fue en la zona de playas de Cancún con poco más de 16 km, desde el puente Calinda hasta el puente Nizuc, abarcando las playas más representativas como: playa Las Perlas, playa Fórum, playa Marlín y el Mirador.

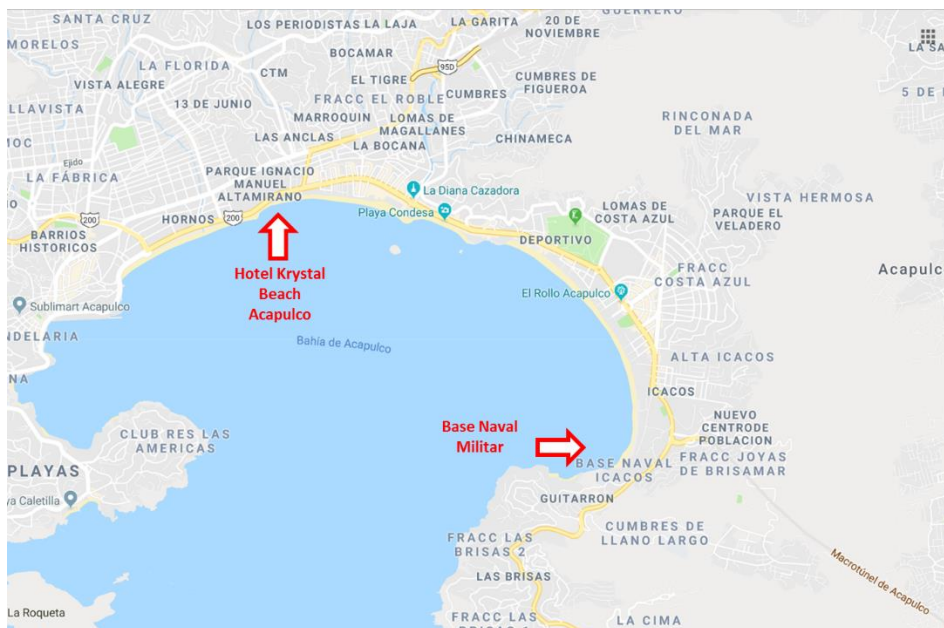
Figura 1: Delimitación del espacio de estudio Negocios Turísticos en playa de Cancún 2020



Fuente: Google. (s.f.). [Mapa de Cancún, México en Google maps] Recuperado 14 marzo 2020, de: <https://www.google.com.mx/maps/@21.0899297,-86.7721912,12.38z>

Para el caso de Acapulco, el recorrido de las playas se realizó desde el inicio del Hotel Krystal Beach Acapulco hasta la Octava Región Naval.

Figura 2: Delimitación del espacio de estudio Negocios Turísticos en Acapulco 2020



Fuente: Google. (s.f.). [Mapa de Acapulco, México en Google maps] Recuperado 14 marzo 2020, de <https://www.google.com/maps/@16.846179,-99.8806089,14z>

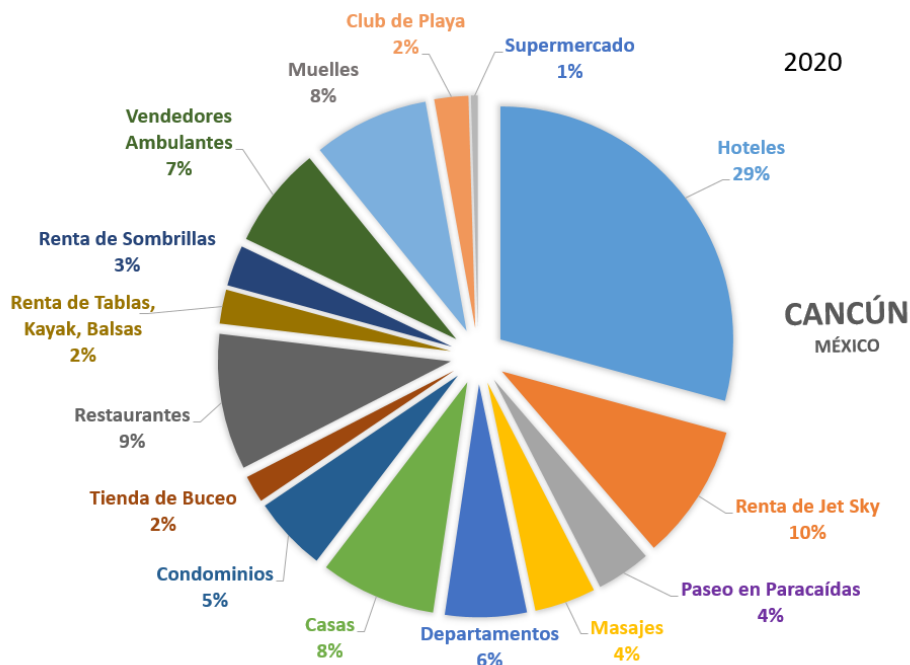
Terminados los recorridos, se tuvo que hacer, una vez más, uso de las fuentes secundarias de diversos diccionarios y sitios *web* gubernamentales de lo Federal a lo Estatal y Municipal de Cancún y Acapulco con la finalidad de entender específicamente los giros de empresas de acuerdo a la legislación del cada Estado.

Una vez levantada la información, se procedió a realizar el establecimiento de categorías, análisis de resultados e interpretación de los mismos, de acuerdo a las siguientes clasificaciones: Hoteles, Apartamentos, Casas (en renta para turistas), Departamentos (en renta para turistas), Tiendas, Vendedores ambulantes, Restaurantes, Bares, Club de Playas, Muelles, Masajes, Renta de *jet sky* (motos acuáticas), Paseo en paracaídas, Estacionamientos, Renta de Tablas, Sombrillas, Vendedores ambulantes, Casas, Muelles, Supermercados, Espacios abandonados, Bungee, Tiendas de boceo, Baños y Parques acuáticos. Cabe hacer mención que estos destinos turísticos cuentan con una oferta mayor de servicios turísticos, pero solo se registraron y contabilizaron los encontrados en el espacio “playa”, en un tiempo determinado.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Cancún México, al ser un destino creado desde su origen como Centro Integralmente Planeado, tiene como su principal giro el hotelero.

Figura 3: Resultados en porcentajes del inventario de negocios turísticos en playas de Cancún 2020



Fuente: Elaboración propia con datos de investigación negocios turísticos 2020

En la figura se demuestra que el principal giro de los negocios turísticos en la playa lo tienen los hoteles, restaurantes, casas, muelles y negocios que rentan *Jet Sky*. Por otra

parte, los que tuvieron menor representación son: el supermercado, los kioscos de venta de *tours* de buceo y los clubes de playa.

En el caso de Acapulco, que tiene más de 80 años en operando como un destino turístico, se presentan las siguientes actividades comerciales:

Figura 4: Resultados en porcentajes del inventario de negocios turísticos en playas de Acapulco 2020



Fuente: Elaboración propia con datos de investigación negocios turísticos 2020

En la figura podemos detectar que los principales negocios turísticos los tienen los departamentos, vendedores ambulantes, renta de sombrillas y hoteles.

Análisis integral de los negocios turísticos en las playas

Con los datos recolectados del inventario de negocios turísticos, se presenta el siguiente comparativo entre los dos destinos. La agrupación de los negocios en las tablas obedeció al criterio del investigador, para unir en categorías similares los giros comerciales encontrados durante la investigación.

Tabla 1. Comparativo de negocios turísticos en playas 2020

Negocios Turísticos	CANCÚN	ACAPULCO
Hoteles	62	17
Renta de Jet Sky	20	17
Tours en paracaídas	8	14
Masajes	9	3
Departamentos	12	52
Restaurantes	20	12

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación de campo 2020

En la tabla se puede observar que en el destino Cancún existen más hoteles que en Acapulco, de igual manera los servicios acuáticos motorizados de Jet Sky, servicios de masajes y restaurantes. Para el caso de Acapulco el Tour en paracaídas y los departamentos en renta son mayores que los de Cancún.

Tabla 2. Comparativo de negocios turísticos en playas 2020

Negocios Turísticos	CANCÚN	ACAPULCO
Renta de Tablas, Kayak, Balsas	5	2
Renta de sombrillas	6	19
Vendedores ambulantes	15	59
Club de playa	5	12
Supermercado	1	11

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación de campo 2020

La renta de tablas, Kayak y Balsas en Cancún es mayor que en Acapulco, pero Acapulco demostró mayor número de negocios en los giros de Renta de Sombrilla, por muchos vendedores ambulantes, Club de Playas y Supermercados.

Tabla 3. Comparativo de negocios turísticos en playas 2020

Negocios Turísticos	CANCÚN	ACAPULCO
Casas	17	0
Condominios	11	0
Tours Buceo	4	0
Muelles	17	0

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación de campo 2020

Los giros comerciales encontrados únicamente en las playas de Cancún y no así en las de Acapulco son las casas habitación, condominios habitacionales, tiendas de buceo y los muelles.

Tabla 4. Comparativo de negocios turísticos en playas 2020

Negocios Turísticos	CANCÚN	ACAPULCO
Espacios abandonados	0	4
Bungee	0	1
Estacionamiento	0	1
Baños privados	0	4
Parque acuático	0	1
TOTAL	212	229

Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación de campo 2020

Por la parte de los negocios turísticos exclusivos de Acapulco y que Cancún no cuenta fueron, espacios abandonados, Bungee, Estacionamiento, Baños privados y un parque acuático.

En total fueron contabilizados 212 negocios en las playas de Cancún y 229 en las playas de Acapulco.

4. CONCLUSIONES

La playa por sí sola es base de la actividad turística, convirtiéndose en un elemento de satisfacción para turistas, constituyendo un factor decisorio de viaje por los elementos que se encuentran en ella y su periferia. El creciente número de turistas a nivel mundial como lo ha venido reportando la Organización Mundial del Turismo, da como resultado el incremento de negocios turísticos que deben satisfacer expectativas de quienes los visitan, por lo que es necesario que esta actividad comercial sea diversificada, innovadora y pertinente en sus diferentes giros turísticos como hospedaje y alimentación, complementándolos con compras, diversión y relajación, haciendo el destino más atractivo para los turistas nacionales e internacionales.

El inventariar y comparar los negocios turísticos en las playas en relación con la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos, el objetivo de este estudio, obliga a recomendar estrategias de crecimiento con relación a los consumidores presentes y futuros a los que se van a dirigir. Los canales de comercialización deberán ser replanteados, así como la promoción que se haga de los productos o servicios, considerando el origen de los que operan dichos giros comerciales.

Los negocios turísticos en las playas de los destinos turísticos investigados representan bonanza económica, la comercialización y administración, por medio de diversos actores de estos negocios ya sean chicos, medianos o grandes, formales o informales, familiares o corporativos, por temporada o fijos, dan forma a la industria turística que debe estar dirigida a lograr un desarrollo sustentable con la correcta y oportuna toma de decisiones.

En una perspectiva global, se puede observar que Cancún y Acapulco son destinos que cuentan con negocios turísticos similares pero cada uno ofrece productos y servicios específicos que hacen que el turista decida entre uno u otro. La actividad comercial encuentra su razón de ser en la demanda de los visitantes que llegan a sus playas y

encuentran respuesta a sus requerimientos y expectativas, por lo que se debe atender los indicadores turísticos del perfil del cliente para establecer las estrategias y ofertar los productos y servicios que correspondan.

Pareciera que, en el caso de Acapulco, la unión de la zona turística y la ciudad ya no existe, la actividad comercial es casi única, las playas son utilizadas por los turistas y por los mismos residentes casi sin hacer una distinción. En el caso de Cancún, aún existe una separación que hace que coexistan una zona hotelera y una ciudad donde viven las personas que trabajan en la zona hotelera.

Respecto a la evolución futura de los destinos investigados se deberá analizar varios factores, incluyendo lo urbanístico, situaciones territoriales, situaciones físicas y normativas de desarrollo y crecimiento alineadas a las medioambientales que pueden fortalecer o facilitar la evolución de un destino.

Podemos concluir con recomendaciones respecto a la existencia de Acapulco, con más de 90 años de experiencia en una etapa de declive, con infraestructura propia de su época de *glamour* y con negocios turísticos clásicos que han migrado a un destino maduro, con habilitación de segundas residencias y apartamentos con servicios de hotel. También está un Cancún con cerca de 45 años en plena fase de estancamiento, manteniendo la clásica hotelaría, liderada por hoteles y restaurantes, que no rechazan la posibilidad de migrar como Acapulco, en un periodo no muy lejano, a bloques de apartamentos, son muestra de diferentes ventajas competitivas y de diferentes áreas de oportunidad, que si no son comparadas e investigadas desde lo general no podrán tener éxito en lo particular en la toma de decisiones futuras que puedan cubrir las necesidades de quienes verdaderamente hacen posible el éxito de estos negocios turísticos en las playas, los turistas.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Apud, I. (2013). *Repensar el método etnográfico.: hacia una etnografía multitécnica, reflexiva y abierta al diálogo interdisciplinario*. Antipoda. Revista de Antropología y Arqueología, (16), 213-235. Retrieved February 15, 2021, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-54072013000100010&lng=en&tlng=es.
- ASETUR (2020) Tráfico magazine plan maestro. México traficomagazine.com
- Ayuntamiento de Acapulco (2020). *H. Ayuntamiento de Acapulco de Juárez 2018 – 2021*. Recuperado el 14 de febrero 2020, de <https://acapulco.gob.mx/>
- Ayuntamiento de Benito Juárez. (2020). *Cumple Contigo*. Recuperado el 11 de febrero 2020, de <http://cancun.gob.mx/visitantes/informacion-turistica>
- Bejarano, R. (1997). *Vegetación y paisaje*, Madrid, España: Universidad de Sevilla.
- Clark, J. (1996). *Coastal Zone Management Handbook*. USA: CRC Press
- Creswell, J. (2012). *Inquiry and research design choosing among five traditions*. USA: SAGE Publications. International Educational and Professional Publisher.
- Christaller, W. (1964). *Some considerations of tourism location in Europe: The Peripheral Regions –Underdeveloped Countries- Recreation areas*. Papers in Regional Science, 12 (1). 95- 105
- Díaz, M. (2003). *Negocios Internacionales*. España: Ediciones pirámide

- Dean, J. (1950) *Principles of marketing for new products*. Harvard business review, 28 (6), 45-54. Díaz, M. (2014). *Negocios Internacionales*. España: Ediciones pirámide.
- El Financiero. (2019). *El financiero Economía, mercados y negocios*. Recuperado 3 de febrero de 2019 de: <https://www.elfinanciero.com.mx/mercados/estas-son-las-principales-fuentes-y-salidas-de-dolares-en-mexico-al-inicio-del-2018>
- Gilbert, E. (1939). *The Growth of the Island and Seaside Health Resort in England*. Scottish Geographical Magazine, 55, 16-35.
- González, M. (2009). *Turismo para Agentes Emprendedores de Negocios en PyMES*. Editorial CEP S.L. Madrid, España. ISBN 978-84-9937-317-1.
- Gundermann, H. (2010). *El método de los estudios de caso*. México: Porrúa.
- INEGI. (2020). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Recuperado el 20 de enero del 2020, de <http://www.inegi.org.mx/0>
- Instituto Turístico de Valencia. (1995). *Bases para la ordenación de los espacios turísticos de la comunidad Valenciana*. Ed. Institut Turistic Valencia, Valencia.
- Marlowe, H. (1999). *Assessing the economic benefits of america's coastal regions. Industry- Driven Changes and Policy Respond*, USA: SAGE
- Miossec, J. (1977). Un modelé de l'espace touristique. L'espace Géographique, 6 (1) 41-48
- Noronha, R. (1976). *Review of the sociological literature on Tourism*. New York: World Bank.
- Rondón, J. (2010). *Análisis de los diferentes componentes del ecosistema de playa en Riohacha, Colombia*. Recuperado 1 agosto 2014 de: http://www.academia.edu/4985767/INFORME_PLAYA
- SECTUR. (2020). *Secretaria de Turismo*. Recuperado 5 de enero del 2020, de: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadHotelera.aspx>
- SEDETUR. *Secretaria de Turismo de Quintana Roo*. Recuperado 2 febrero 2020 de: <https://sedeturqroo.gob.mx/ARCHIVOS/indicadores/Indicador-Tur-Dic-2019.pdf>
- Sonda, R., Rojas, A. (2020). *La playa como uso de negocios turísticos en México. Estudio comparativo Manzanillo-Puerto Vallarta*. PORTES, revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico, ISSN 1870-6800 14(27), 119-148. Disponible en: <http://www.portesasiapacifico.com.mx/index.php?p=articulo&id=387>
- Silverman, D. (2011). *Interpreting qualitative data*. Londres: Sage Publications.
- Szilasi, W. (2010). *Introducción a la fenomenología de Husserl*. España: Amorrotu Editores.
- Yepes, V. (2007). *Gestión del uso y explotación de las playas*. Cuadernos de Turismo, (19). Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/13731>.