

Producto turístico entre efímero y permanente

Julio Alonso Iglesias¹

RESUMEN: Uno de los grandes problemas a nivel nacional, y de manera particular en el estado de Veracruz, en materia de turismo, es la ausencia de oferta de productos turísticos innovadores en las poblaciones municipales y que operen en todo el año, ya que afecta la calidad de empleos que dispone la comunidad local, debido a que generalmente la duración de estas actividades turísticas, como son ferias, eventos-cumbre y festejos en los municipios y el estado, son en promedio de 2 días y hasta 2 semanas, lo que genera incertidumbre en la estabilidad laboral y la economía de la población local. Y la ausencia permanente de un desarrollo en materia de turismo.

Palabras clave: Producto; permanente; turismo; Veracruz; municipio

ABSTRACT: One of the major problems at the national level, and in particular in the State of Veracruz, in the field of tourism, is the lack of supply of innovative tourism products in the municipal towns and operating year-round, since it affects the quality of jobs which provides the local community, since the duration of these tourist activities such as fairs, Summit events and celebrations in the municipalities and the State, usually on average 2 days and up to 2 weeks, which generates uncertainty in job security and the economy of the local population. And the permanent absence of a development in the field of tourism.

Keywords: Product; permanent; tourism; Veracruz; municipality

Entre los retos que se presentan para el desarrollo turístico, municipal y regional, está la creación de productos turísticos que, desde la perspectiva del turista, sean una experiencia de placer. Estos productos pueden ser individuales o una combinación de atracciones con diversas ofertas de destino y accesibilidad a los distintos lugares del entorno. Entre estos se pueden mencionar: casas de artesanías, centros históricos, galería de arte, museos, playas, ríos, actividades religiosas y patrimonio relacionado, teatro, zonas arqueológicas; sin embargo, en la gran parte de las poblaciones locales estas experiencias turísticas son efímeras, ya que en la mayoría de los casos no generan empleos estables, solo temporales, de corta duración, que no llegan a tener salarios dignos (que son los que permiten a los empleados visualizar un futuro seguro en lo económico), cuyo tiempo normalmente es indefinido.

¹ Universidad Veracruzana. Instituto de la Contaduría Pública. Contacto: julalonso@uv.mx.

Pero no son los únicos afectados, también en el sector hotelero la ocupación de cuartos (salvo cuando hay eventos) es baja, y en el sector restaurantero se presenta el mismo problema, por la ausencia de una actividad turística permanente.

De igual manera, es limitada la recaudación de ingresos de los ayuntamientos locales en materia de derechos y otras contribuciones, cuando se organizan estos eventos temporales, y sin embargo los gobiernos municipales participan con sus propios recursos económicos en la limpieza de los lugares donde se realizan estas actividades, colocan la señalética, proporcionan información y dan protección a los turistas, entre otras actividades; lo cual tiene un costo superior a sus “beneficios”, por lo que los gobiernos locales tienen pérdidas al otorgar estos servicios de apoyo al evento.

Lo anterior se debe fundamentalmente a dos causas; la primera, ausencia de creatividad para generar ideas que sean oportunidades de negocio en materia de turismo, ya que solo se ofrecen paseos en el zócalo de la población, juegos mecánicos, puestos temporales de alimentos, espectáculos musicales y peregrinaciones, entre otros. Desperdiciando múltiples oportunidades para generar atractivos que, basándose en función de las características del espacio geográfico local como túneles, puentes, ríos, presidios, cuevas, casonas, lugares geográficos donde se escenificaron batallas y puertos, entre otros; y que fusionada con la historia local, con hechos y personajes célebres, se pueden desarrollar productos como rutas turísticas, espectáculos temáticos, hospedajes temáticos, cenas temáticas históricas o de fantasía, y recorridos por la geografía local y regional. Lo anterior puede contribuir al desarrollo de una industria turística, que opere todo el año y genere beneficios reales a la población y certidumbre económica y laboral.

La segunda causa es la falta de compromiso real de los tres niveles de gobierno, mismo que se materializa en la ausencia de legislaciones adecuadas a las necesidades de los municipios en materia de turismo, y en la existencia de un presupuesto para generar proyectos que requieren de infraestructura y una organización sólida de promoción turística dirigida por especialistas en el tema.

A nivel municipal, el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) reportó la existencia de 42 direcciones de turismo de un total de 67 municipios con vocación turística (Secretaría de Turismo y Cultura de Veracruz, 2017), de un universo de 212 municipios que integran el estado de Veracruz (Instituto Nacional de Estadística Geografía e Historia, 2017), lo que refleja el bajo interés por desarrollar la actividad turística en los municipios; ya que en estas oficinas es donde se organiza las actividades encaminadas al desarrollo de productos turísticos. A esto súmese el problema de la ausencia de un perfil para ocupar la titularidad de esta

actividad, que ha permitido que personal con escasos estudios o ajenos al sector ocupen esta plaza, generando escasos o nulos frutos en la materia.

Para desarrollar de manera adecuada lo anterior, se requiere considerar seis elementos que son:

- a) Determinar cuál es el perfil del factor humano que se desea desarrollar para la actividad turística, y con esto establecer programas permanentes en materia de formación en esta especialidad, para todos los niveles de puestos, ya sea del sector público o privado;
- b) Conocer la historia del municipio o población local y qué conexión tienen con la misma del resto del país;
- c) Tener un inventario de lo que se cuenta en la geografía del lugar (ríos, lagos, costa, bosques, selva, llanura, calles históricas, grutas, campos agrícolas y ganaderos, montes y cascadas por mencionar algunos ejemplos);
- d) Disponer de un inventario de la infraestructura hotelera, restaurantera, organizaciones culturales y deportivas, salones de eventos, espectáculos, teatros, transporte, auditorios, estacionamientos, carreteras, aeropuertos y puertos;
- e) Conocer la riqueza cultural local y regional, material e inmaterial, sus orígenes y lo que representa para la comunidad; y
- f) La concientización de la ciudadanía de la importancia del turismo para que contribuya a respetar al turista y las diversas actividades que se realizan.

Tomando en cuenta los puntos anteriores, se podría contar con bases sólidas para diseñar el producto turístico que identifique al municipio de acuerdo a sus propias características y con esto garantizar un crecimiento económico local.

Referencias

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Historia. (2017). Censo Nacional de Gobiernos Municipales y Delegacionales 2017. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/sistemas/olap/consulta/general_ver4/MDXQueryDatos.asp?#Regreso&c=

Secretaría de Turismo y Cultura de Veracruz. (2017). <http://www.veracruz.gob.mx/turismo>. Recuperado de http://www.veracruz.gob.mx/turismo/wp-content/uploads/sites/15/2018/01/Tomo2_InformeSectoresTURISMO.pdf