



Relación de la Animación Turística Sociocultural en las Políticas Públicas y en la Competitividad Sistémica de Destinos Turísticos en el Noroeste de México

Relationship of Sociocultural Tourism Animation in Public Policies and in the Systemic Competitiveness of Tourist Destinations in the Northwest of Mexico

Oscar Ernesto Hernández Ponce

Doctor en Filosofía. Profesor Investigador en el Campus Guaymas del Instituto Tecnológico de Sonora, México. **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-7169-8854>.

José Carlos López Figueroa*

Doctor. Profesor Investigador en el Campus Guaymas del Instituto Tecnológico de Sonora, México. **ORCID** <https://orcid.org/0000-0001-9840-6241>.

Claudia Ramos Godínez

Maestra en Administración y Desarrollo de Negocios. Investigadora Auxiliar en el Campus Guaymas del Instituto Tecnológico de Sonora, México. **ORCID** <https://orcid.org/0000-0003-2729-8559>.

Información del artículo

Recibido:
21/03/2023

Aceptado:
01/08/2023

Publicado:
01/07/2024

*Autor de correspondencia

j.lopezf11@gmail.com

Páginas:

23 - 38

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

DOI <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i47.21037>

Resumen

El turismo es un sector socioeconómico y ambiental dinámico, a través del cual se puede impactar en el desarrollo sustentable de las regiones. La investigación se realizó para analizar la animación turística sociocultural y su incidencia en la consolidación de las políticas públicas en cuatro regiones del Noroeste de México con potencial turístico para el fortalecimiento de su competitividad. En cuanto a la metodología, se aplicaron un total de 68 cuestionarios en las regiones de San Carlos y Guaymas en Sonora, Loreto en Baja California Sur y Ensenada en Baja California Norte. La investigación tiene un alcance correlacional, se utilizó la estadística inferencial y se usó el software SPSS versión 25. Los principales resultados exponen que existe una relación significativa sobre cómo la animación turística sociocultural incide en la competitividad de los destinos turísticos con 0.572**. Dentro de las conclusiones, se establece que las políticas públicas orientadas al turismo deberían incorporar las herramientas de la animación turística sociocultural, mismas que permiten generar las condiciones para que cada destino turístico sea competitivo.

Palabras clave:

Animación Turística Sociocultural, Competitividad de Destinos Turísticos, Políticas Públicas.

Abstract

Tourism is a dynamic socioeconomic and environmental sector, through which it can impact the sustainable development of the regions. The research is to analyze sociocultural tourism navigation and its impact on the consolidation of public policies in regions with tourism potential to strengthen their competitiveness, which is in northwestern Mexico. Regarding the methodology, a total of 68 questionnaires were applied in the regions of San Carlos and Guaymas in Sonora, Loreto in Baja California Sur, and Ensenada in Baja California Norte. The research has a correlational scope, the inferential statistics were reduced, and the SPSS version 25 software was used. The exponent results exponent results show that there is a significant relationship between how sociocultural tourism navigation affects the competitiveness of tourist destinations with 0.572 **. Within the conclusions, it is established that public policies oriented towards tourism cannot incorporate the tools of sociocultural tourism animation, which allow generating the conditions for each tourist destination to be competitive.

Keywords:

Sociocultural Tourism Animation, Competitiveness of Tourist Destinations, Public Policies.

Introducción

La Animación Sociocultural en el desarrollo turístico

Toda actividad económica depende de las materias primas para su competitividad, por lo que el sector del turismo y al ser parte de sector económico de servicios, no es ajeno a esto; ya que los recursos turísticos de una región son la materia prima del sector (Hernández *et al.*, 2018). Los viajes recreativos surgen por el motivo de conocer y disfrutar de los recursos naturales, socioculturales y gastronómicos. Con base en la Secretaría de Turismo de México (2019), el turismo se considerada como uno de los sectores más dinámicos y de mayor impacto global, representando un 10% del PIB mundial antes de la pandemia generada por el COVID-19. Además, la Secretaría de Turismo establece que el Producto Interno Turístico (PIBT) registró un crecimiento hasta el 2017 del 8.8% cayendo en el 2019 a 8.7%. Este sector, también presentó problemáticas no solo en indicadores relacionados con las actividades sociales y económicas, sino, también en las culturales y las políticas a nivel nacional e internacional (Díaz, 2022).

Por otro lado, la atribución de la cultura en el desarrollo sociocultural a través del turismo es determinante para una región (Reyes, 2018), y el turismo fortalece la oferta de empleos, activa la derrama económica y promueve el desarrollo de las zonas a través de intercambios culturales (Gallardo *et al.*, 2019). Bajo estos argumentos, la animación turística sociocultural (ASC) es predominante en el desarrollo del turismo para las regiones de San Carlos y Guaymas en Sonora, Loreto en Baja California Sur y Ensenada en Baja California Norte, ya que cuentan con un patrimonio natural y sociocultural que le dan una identidad a cada destino de sol y playa, de forma tal que la ASC se considera un potenciador del rescate de las manifestaciones culturales de una localidad (Reyes, 2018). Para Gelvis (2016), la animación sociocultural son estrategias de intervención de carácter participativo que permiten motivar a los grupos, los individuos o las instituciones, activando el motor interno del individuo para alcanzar el desarrollo de la comunidad, mediante sus esfuerzos y deseos de contribuir hasta lograr transformar la realidad. De igual forma, Márquez *et al.*, (2023) mencionan que los productos turísticos deben de recibir un ajuste con base en el perfil territorial donde operan y no solo en las tendencias del mercado. Lo anterior, justifica establecer a la ASC como una herramienta que integra el patrimonio cultural y ambiental, a través de la conformación de productos turísticos.

Los cambios actuales de la economía demandan que las organizaciones modifiquen sus acciones para un mejor desempeño encaminado a actividades sostenibles a largo plazo (Parra *et al.*, 2022). Es por ello, que la participación activa de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) son fundamentales para la creación de modelos de gestión (Teixeira, 2021). Es decir, se deben de involucrar a los actores sociales en la solución de problemas; tales como la pérdida de recursos naturales y socioculturales con el propósito de fortalecer la calidad de vida en las localidades a través del aprovechamiento racional de los recursos (Reyes, 2018). Esta forma de entender la gestión se recoge en buena medida en el concepto de gobernanza, término que permite dar cuenta por un lado no solo de las formas de interacción entre actores en un territorio, sino, también las modalidades en que se toman las decisiones y cómo ejercen el poder (Brenner y Rosales, 2015), y por otro, cómo es que los grupos de actores se hacen escuchar (Vargas y Magaña, 2017). En el sector turístico, son

muchos los trabajos que se han realizado bajo la perspectiva de la gobernanza; solo por mencionar algunos: el turismo comunitario (Palomino *et al.*, 2016; Pacheco y Henríquez, 2016), las concesiones de los servicios turísticos en los parques nacionales (Moreira y Rozendo, 2021), redes de colaboración (Cruz y Velázquez, 2020), políticas públicas y gestión del turismo (Rodríguez, 2022).

Las organizaciones tienen la función de cubrir las demandas de los mercados y de la sociedad tomando en cuenta los impactos tanto en lo económico, lo sociocultural y lo medioambiental (Hernández *et al.*, 2021). Por ello, el análisis de las políticas públicas enfatiza el papel que juegan diversos tipos de actores sociales en la formulación, implementación y evaluación de las mismas (Subirats *et al.*, 2012). Asimismo, como menciona García *et al.*, (2023), es prescindible el uso, manejo y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales para atender al ocio contemporáneo y a los mercados globales. Por otro lado, en la revisión teórica se encontró que existe una debilidad de estudios relacionados con la construcción de políticas públicas enfocados al desarrollo sustentable y turístico en las diferentes comunidades ubicadas en las áreas rurales de los países latinoamericanos (Mendoza *et al.*, 2022). Además, los autores en mención agregan que las políticas públicas en materia turística no están orientadas al desarrollo del turismo en áreas rurales, lo cual solo se queda en un discurso teórico y no práctico. De manera particular, en México existen una normativa que regula el turismo; sin embargo, hay evidencia sobre una falta de coordinación y claridad entre las autoridades de gobierno y la legislación lo que dificulta la ejecución de políticas públicas en el sector turístico (Avilez *et al.*, 2019).

Ferreira (2014) menciona que toda nación debe enfocar sus políticas públicas a la competitividad nacional. Por su parte, Cárdenas (2011) hace referencia que la productividad tiene que estar enfocada a inversiones de infraestructura y administración pública. Como resultado del marco reflexivo anterior, este trabajo se plantea como interrogante ¿Existe una incidencia de la animación turística sociocultural en la consolidación de políticas públicas en regiones con potencial turístico que fortalecen su competitividad como destinos turísticos en el noroeste de México?

El artículo se organiza a continuación. En la siguiente sección se habla de la fundamentación teórica resaltando los conceptos de animación turística sociocultural, las políticas públicas turísticas y la competitividad. Los planteamientos expresados en ese apartado permiten proponer tres hipótesis de investigación, las cuales se esquematizan en la figura 1. En el otro apartado, se aborda la metodología destacando que se trata de una investigación correlacional, se describen a los sujetos de estudio y se aborda la confiabilidad de los datos recolectados. Expuesta la metodología, se plantean los resultados de la investigación, destacando que las tres hipótesis planteadas se aceptan con una relación estadísticamente significativa. En las conclusiones, se sugiere que las políticas públicas deben contemplar los aspectos territoriales, los problemas sustanciales de la sociedad y en materia del turismo estas deben incorporar elementos como la sustentabilidad, el involucramiento del sector privado con la comunidad local y deben centrarse en aquellos destinos turísticos que se encuentran en desventaja frente a los destinos principales de México.

Fundamentación. La Animación Turística Sociocultural, las Políticas Públicas Turísticas y la Competitividad de los Destinos Turísticos

La Animación Turística Sociocultural (ASC) ha ocupado un espacio en las teorías del turismo que buscan el fortalecimiento de elementos socioculturales con un valor turístico. La ASC ha evolucionado a través de los años, dejando de ser un elemento complementario para convertirse en el factor esencial para el progreso de las comunidades, en donde a través de un conjunto de acciones, promoción de la cultura, fortalecimiento de la educación y las acciones en la sociedad permiten mejorar la calidad de vida (Sarrate, 2002).

La ASC es un recurso con el que se cuenta en cada región para promover la participación activa del gobierno, iniciativa privada, academia y centros de investigación, las organizaciones no gubernamentales y la comunidad para la toma de decisiones, la elaboración e implementación de políticas públicas para un desarrollo sociocultural (Reyes, 2018). La animación ha alcanzado relevancia social al poner en relación a los diferentes actores sociales (instituciones, asociaciones y centros de enseñanza) para que puedan formular y responder por sí mismos a sus propias necesidades (Sarrate, 2002). En sí la participación de las personas identificando sus problemas, aportando experiencia, la cual influye directamente y de forma positiva en las políticas que son adoptadas para que sean efectivas y así afrontar los problemas (Soler, 2016).

De manera particular, la animación se ha convertido en un activo estratégico que actúa como estrategia de atracción, para que el turista decida al momento de elegir un destino en lugar de otro, pues se ha encontrado que los turistas consideran importante al momento de elegir un hotel el hecho de que este cuenta con servicio de animación e incluso se toman el tiempo de investigar si este cuenta con ese servicio (Activ, 2019). La animación turística sociocultural, como política pública, tiene un antecedente en Europa cuando el gobierno francés en 1945 incorporó el concepto de la animación sociocultural en las políticas de gobierno para enfatizar la participación de los agentes sociales, organizaciones públicas para el desarrollo de acciones para la educación y valoración cultural, y es cuando la animación sociocultural adquiere un papel de intervención socio educativa (Úcar, 2018).

Tiempo después, en los años noventa, Martínez (2018) señala que las técnicas de la animación sociocultural se utilizaron en las actividades de tiempo libre y ocio. Desde esa época, los profesionales de la animación turística sociocultural empezaron a desempeñar con el manejo de instrumentos y técnicas específicas en el ámbito de los campamentos, centros vacacionales y entre otras organizaciones no gubernamentales promotoras del ocio y la recreación.

En el contexto mexicano, las políticas públicas en materia de turismo han sido objeto de muchas reflexiones y de muy pocas acciones efectivas, las cuales, por lo general, acuden al discurso de la generación de empleos y la prosperidad social (Avilez *et al.*, 2019). En el Plan Nacional de Desarrollo (2019-2024), el turismo se plantea como una herramienta capaz de erradicar la pobreza y medio para construir un país competitivo en materia turística (Secretaría de Turismo, 2020). Bajo esta línea, se elaboró el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 (PROSECTUR 2020-2024), documento rector en materia de política turística que tiene como objetivo "posicionar a México como una

potencia turística competitiva y de vanguardia, así como ser un pilar del desarrollo equitativo, justo y equilibrado entre comunidades y regiones del país, un instrumento esencial en la reconciliación social” (Secretaría de Turismo, 2018). Para lograr posicionar a México, se proponen cuatro objetivos prioritarios en temas sociales y de derechos humanos, el desarrollo sustentable de los diferentes destinos turísticos en México, la diversificación de la oferta y demanda turística y fomento del turismo sostenible (Secretaría de Gobernación, 2020). En el cuadro 1 se esquematiza el modelo de desarrollo turístico 2020-2024.

Cuadro 1. Modelo de desarrollo turístico en México

Objetivo	Acción	Objetivo de la acción
Garantizar que la actividad turística mexicana se dé bajo un enfoque social y con respeto a los derechos humanos	Sonrisas por México	Incluir a personas marginadas, con discapacidad, adultos mayores, la comunidad indígena y los afroamericanos.
	Disfruta México	Garantizar que todos los mexicanos puedan disfrutar de la actividad turística.
Fomentar el desarrollo equilibrado de las regiones turísticas de México	Tren Maya	Fortalecer las cadenas productivas y conectar a los turistas de Yucatán con los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo y Tabasco.
	Regionalización Turística de México	Equilibrar las regiones turísticas de México con una visión de largo plazo.
	Productos Turísticos Ancla	Fortalecer el turismo a través de la identificación de productos únicos de las regiones turísticas.
Diversificar los mercados al exterior de México	Operación Toca Puertas	Posicionar a México como una región preferente en los turistas de Europa, Asia y América del Norte.
	Reencuentro con mis Raíces	Difundir la imagen de México en el exterior con ayuda de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE).
	Consejo de Diplomacia Turística	Conformar un consejo que promueva al país en el exterior con la participación de la Secretaría de Turismo (SECTUR), la SRE, los sectores privado, académico y social.
Fomentar el turismo sostenible en México	México Renace Sostenible	Crear nuevos destinos turísticos con una orientación sostenible.
	Desarrollo Turístico de la Huasteca Potosina	Promover un modelo de turismo de naturaleza con impacto a nivel nacional e internacional.

Fuente: Elaboración propia con base en la Secretaría de Gobernación (2020).

En México existen muchos documentos donde se plantean diferentes políticas públicas en relación al turismo, sin embargo, aún sigue existiendo una preocupación para su cumplimiento (Hernández et al., 2017). En ese sentido, algunos autores sugieren que las políticas públicas mexicanas para el desarrollo de este sector deben reflejar en primer lugar; un adecuado uso y manejo de los recursos naturales para la sustentabilidad; en segundo lugar, involucrar al sector privado junto con la comunidad local; en tercer lugar, la legislación debe centrarse en regiones con desventajas y no solo en los destinos turísticos principales; finalmente, en cuarto lugar, las políticas públicas deben reflejar responsabilidades y compromisos en los interesados (Avilez et al., 2019).

Además de lo anterior, es prescindible mencionar que las políticas públicas deben de respaldar y sumar al fortalecimiento de las actividades de las ONG para que las acciones estén enfocadas en la protección del patrimonio cultural, involucrando a la sociedad en los planes de desarrollo (Ponce et al., 2021). El turismo al ser un sector que impacta en los aspectos socioculturales (Gallardo, 2019), la ASC representa una herramienta efectiva en la valoración del patrimonio en las comunidades, creando políticas públicas que estén dirigidos a crear espacios sociales y culturales como resultado de potenciar el atractivo turístico (Ruiz et al., 2020). La participación de las ONG se puede realizar en varios sectores de la sociedad (servicios o industriales), ya que se busca darle valor a la sociedad con un beneficio económico, social y ambiental (Maon, Swaen y Lindgreen, 2017).

La actividad turística es una herramienta socioeconómica que promueve el crecimiento y desarrollo de los destinos turísticos, permitiéndoles aumentar el bienestar integral de sus residentes con empleos, derrama económica en la sociedad, generación de empresas y con actividades de participación social (Ponce et al., 2021). Es aquí donde la ASC juega un papel importante en esta línea de pensamiento; ya que, con la valoración de los recursos culturales de la región, se vislumbra la importancia de establecer procesos de apropiación en cuanto al uso del suelo y para el diseño de instrumentos de planeación, ordenamiento y gestión territorial en una región turística (Gadino y Taveira, 2020).

El sector educativo es un actor importante para el diseño de estrategias de ASC en los destinos turísticos. Drake (2022) menciona la importancia de que los centros de educación tengan una participación activa en el diseño e implementación de políticas públicas para la conservación del patrimonio, así como en la formación de recursos humanos, y en generación y difusión del conocimiento que promuevan el uso y aprovechamiento de los recursos culturales y ambientales para la consolidación de los destinos en materia turística.

Hay diversos elementos que afectan el rendimiento de las empresas turísticas, como la limitada existencia de materia prima (recursos turísticos), lo cual hace débil su competitividad (Ochoa et al., 2016). Sin embargo, si se implementan políticas públicas que dicten las acciones de rescate del patrimonio sociocultural a través de las técnicas de la ASC, se puede lograr cambios en la regulación gubernamental que atienda a las diversas demandas de los mercados que buscan elementos socioculturales como atractivos turísticos.

Lo antes mencionado, hace necesario que las prioridades de las políticas públicas del sector del turismo, impacten en la competitividad y el crecimiento del entorno en el que se desarrollan (Hernández et al., 2017), ya que estas afectarán directamente en el sistema turístico impactando en su competitividad (Ferreira, 2014). Asimismo, es necesario que las políticas públicas estén orientadas al desarrollo cultural comunitario (Drake, 2022), donde el trabajo de las herramientas de la ASC se adopte como una estrategia en los diferentes desarrollos de proyectos turísticos con miras a la protección del patrimonio sociocultural y natural de un destino turístico.

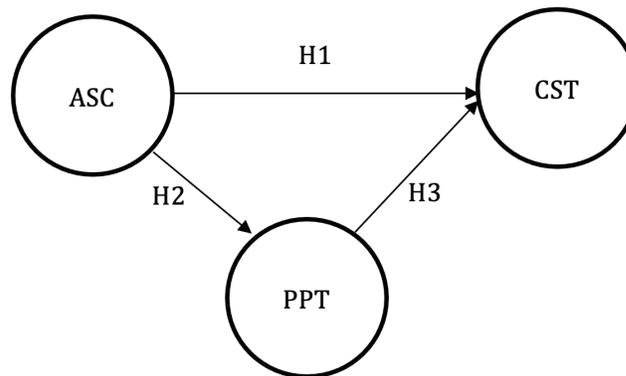
De acuerdo con Sánchez et al. (2022), el potencial turístico está medido por la diversidad natural y cultural de un sitio, lo cual permite la mejora del sistema turístico de una región. Es por ello, que la animación turística sociocultural juega un rol en la creación de las políticas públicas que permitan la consolidación de los destinos turísticos, donde a través de la activación de la sociedad, se generen proyectos comunitarios con enfoques culturales, sociales, ecológicos y económicos.

Sumando a los argumentos planteados, Muñoz (2020) hace una aportación donde menciona que las políticas públicas en materia turística deben estar estructuradas con base en las actividades que demandan la participación de los habitantes de una comunidad en acciones y programas con miras a combatir la pobreza y la desigualdad en las regiones. Es decir, las políticas públicas y su ejecución no solo depende de los gobiernos sino también de la participación activa de los pobladores en la solución de los problemas y el fortalecimiento del patrimonio sociocultural, y es la animación turística sociocultural fundamental para lograr la competitividad.

Por otra parte, Bravo (2023) menciona los modelos para la medición de la competitividad que se han desarrollado en las últimas décadas, tal es el caso del modelo de Crouch y Ritchie, el modelo de competitividad de Garau; así como el modelo de Hong; el modelo de Dwyer y Kim; el travel and tourism competitiveness report y finalmente el índice de competitividad turística de Gooroochurn y Sugiyarto.

Como resultado de la revisión teórica, es viable mencionar que existen otros componentes que influyen en el desarrollo de la competitividad de un destino como es la sustentabilidad, pero este último concepto no es materia del presente documento. En la figura 1 se estructura el modelo teórico de la investigación, que busca determinar la incidencia entre las variables de animación turística sociocultural, las políticas públicas y la competitividad de los destinos turísticos.

Figura 1. Modelo teórico



Fuente: Elaboración propia.

Derivado del modelo teórico propuesto, es posible establecer las siguientes hipótesis de investigación:

- H1. La animación turística sociocultural incide en la competitividad de los destinos turísticos
- H2. La animación turística sociocultural incide en las políticas públicas en materia turística
- H3. Las políticas públicas turísticas inciden en la competitividad de los destinos turísticos

Metodología

La investigación se centra en cuatro destinos turísticos de México: San Carlos nuevo Guaymas, Guaymas Sonora, Bahía de Loreto Baja California Sur y Ensenada Baja California; cuyos criterios de elección fueron los siguientes: que tuvieran un perfil turístico de sol y playa, que fueran destinos turísticos ubicados geográficamente en el Noroeste del país, y que contarán con recursos culturales que le den identidad única a cada destino. En estas regiones, se buscó determinar la incidencia que tiene la variable animación turística sociocultural en las políticas públicas en el ámbito del turismo, así como su impacto en la competitividad de los destinos turísticos bajo la técnica de la estadística inferencial no paramétrica.

El diseño de la investigación fue cuantitativo con un alcance correlacional, donde se hizo una descripción de cada uno los destinos turísticos considerando tres componentes: el lugar de levantamiento de los datos, el giro de las empresas y el género de la persona que respondieron dando como resultado un total de 68 cuestionarios recolectados. Además, como ya se ha resaltado antes, para la aceptación o rechazo de las hipótesis de estudio se utilizó la estadística inferencial bajo la técnica no paramétrica y apoyo del modelo de *Rho de Spearman* a través del uso del software SPSS versión 25.

Cuadro 2. Características geográficas de los destinos en estudio

Lugar de estudio	Características geográficas
San Carlos (Nuevo Guaymas)	<ul style="list-style-type: none"> Se localiza al suroeste del Estado de Sonora, en el paralelo 57°56' de latitud norte y el meridiano 111°52' de longitud oeste de Greenwich, a una altura 15 m sobre el nivel del mar. Colinda al norte con el municipio de la Colorada, al este con el municipio de Suaqui Grande, Cajeme y Bácum, al noreste con el municipio de Hermosillo y al suroeste con el golfo de California, este último en una longitud de litoral de 175 km. Abarca una superficie de 12 206.18 km², que representa un 6.58% de la superficie total del Estado de Sonora.
Guaymas	<ul style="list-style-type: none"> Se localiza al sureste del Estado de Sonora, entre los paralelos 27° 30' y 28° 39' de latitud norte; los meridianos 110° 02' y 111° 24' de longitud oeste; altitud entre 0 y 1 000 m. Colinda al norte con los municipios de Hermosillo y la Colorada; al este con los municipios de la Colorada, Suaqui Grande, Cajeme y Bácum; al sur con los municipios de Bácum, San Ignacio Río Muerto y el Golfo de California; al oeste con el Golfo de California y el municipio de Hermosillo.
Bahía de Loreto, Baja California Sur	<ul style="list-style-type: none"> Se localiza en el Estado de Baja California Sur, entre los paralelos 25° 12' y 26° 34' de latitud norte; los meridianos 110° 45' y 11° 48' de longitud oeste; altitud entre 100 y 1,600 m. Colinda al norte con el municipio de Mulegé y el Golfo de California; al este con el Golfo de California; al sur y oeste con el municipio de Comondú.
Ensenada, Baja California	<ul style="list-style-type: none"> Se localiza en el Estado de Baja California, entre los paralelos 28° 00' y 32° 24' de latitud norte; los meridianos 112° 46' y 116° 54' de longitud oeste; altitud entre 0 y 1 900 m. Colinda al norte con los municipios de playas de Rosarito, Tijuana, Tecate, Mexicali y el Golfo de California; al este con el Golfo de California; al sur con Baja California Sur y el Océano Pacífico; al oeste con el Océano Pacífico y el municipio de Playas de Rosarito.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010.

El instrumento de recolección de información se integró por el objetivo del estudio, las instrucciones del llenado, datos descriptivos del encuestado y tres bloques correspondientes a las variables de estudio: Animación Turística Sociocultural, Políticas Públicas Turísticas y Competitividad de Destinos Turísticos. El cuestionario se conformó por 27 ítems con opciones de respuesta en categorías en niveles de Likert: 1= Totalmente en desacuerdo, 2= En desacuerdo, 3= Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 4= De acuerdo y 5= Totalmente de acuerdo.

El Alpha de Cronbach fue utilizado para determinar la consistencia interna para la escala de Likert que conformaron las variables del estudio. De acuerdo con los resultados obtenidos, se consideró aceptable, debido a que todas las variables arrojaron valores por arriba del 0.700. Para la variable independiente Animación Turística Sociocultural se registró un resultado del Alpha de Cronbach de 0.768, en la variable mediadora Políticas Públicas Turísticas se presentó un valor del Alpha de Cronbach 0.728 y para la variable dependiente Competitividad del Destino Turístico se obtiene un valor de 0.852 (tabla 1).

Tabla 1. Alpha de Cronbach

VARIABLES	ALFA DE CRONBACH
Animación Turística Sociocultural	0.768
Políticas Públicas Turísticas	0.728
Competitividad Destino Turístico	0.852

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Las frecuencias y porcentajes de datos en los cuatro destinos turísticos se presentaron de la siguiente manera: San Carlos, fue el lugar más representativo con el 62.2% del total, mientras que Guaymas representó un 26%, Bahía de Loreto el 9% y en último lugar Ensenada con solo un 2% (tabla 2).

Tabla 2. Lugar de levantamiento

LUGAR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
San Carlos	43	62.4%
Guaymas	17	26%
Bahía de Loreto, BCS	6.12	9%
Ensenada, BCN	1.88	2.6%
Total	68	100

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, el giro de mayor representación de los casos fue el de restaurantes con el 55.9% de la muestra total, debido a que los sujetos de estudio de estas empresas, mostraron mayor disponibilidad para responder (tabla 3).

Tabla 3. Giro de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Hospedaje	17	25.0
	Restaurante	38	55.9
	Artesanías	3	4.4
	Actividades recreativas	4	5.9
	Bienestar y salud	2	2.9
	Gobierno y asociaciones	3	4.4
	Investigación	1	1.5
	Total	68	100.0

Fuente: Elaboración propia.

Además, el género masculino representó el 58.8% y fue la mayoría quienes contestaron; sin embargo, se pudo identificar que la mujer cada día va ocupando puestos de alta dirección en las empresas, ya que en el caso del género femenino representó el 41.2% (tabla 4).

Tabla 4. Género de encuestado

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	28	41.2
	Masculino	40	58.8
	Total	68	100.0

Fuente: Elaboración propia.

Para determinar la normalidad de los datos, se utilizó la prueba de Kolmogórov-Smirnov que corresponde para muestras mayores a 50 casos. Los resultados obtenidos para las de animación turística sociocultural, políticas públicas turísticas y competitividad de destinos turísticos fue menor a 0.05, por lo cual no se ajustan a una distribución normal (tabla 5). De acuerdo con la no normalidad de los datos, se procedió a la estadística inferencial no paramétrica utilizando el modelo estadístico de Rho de Spearman.

Tabla 5. Pruebas de normalidad Kolmogórov-Smirnov

Indicador	Estadístico	gl	Sig. (Valor de p)
Animación Turística Sociocultural	0.168	68	0.000
Recursos Tecnológicos	0.192	68	0.000
Competitividad de Destinos Turísticos	0.199	68	0.000

Fuente: Elaboración propia.

Los hallazgos mostraron la aceptación de las hipótesis del estudio, donde se acepta que la animación turística sociocultural incide en la competitividad de los sitios turísticos con una relación estadísticamente significativa con valores de Rho de 0.572**. Además, se determina a través de una relación estadística significativa que la animación turística sociocultural incide en la construcción de las políticas públicas turísticas con un Rho de 0.436**, lo cual permite determinar que se da una equivalencia considerable a los recursos culturales y sociales de un destino como parte de valor turístico.

Finalmente, se acepta la hipótesis con un valor de Rho de Spearman de 0.597**, que determina que las políticas públicas turísticas inciden positiva y significativamente en la competitividad de los sitios evaluados (tabla 6).

Tabla 6. Comprobación de Hipótesis

Hipótesis	Rho	Resultado
H1. La Animación Turística Sociocultural inciden en la Competitividad de los Destinos Turísticos	0.572**	Se acepta. Hay asociación estadísticamente significativa
H2. La Animación Turística Sociocultural inciden en las Políticas Públicas Turística	0.436**	Se acepta. Hay asociación estadísticamente significativa
H3. Las Políticas Públicas Turísticas inciden en la Competitividad de los Destinos Turísticos	0.597**	Se acepta. Hay asociación estadísticamente significativa

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Partiendo de la tesis de Orduño *et al.*, (2019), la construcción y aplicación de políticas públicas en materia de turismo sustentable debe mitigar problemas sustanciales de la sociedad. Por esa razón, proponen tres tipos de políticas: la primera que aborde la generación de acciones nacionales tomando en consideración una retroalimentación regional y local; la segunda, que obligue a la evaluación periódica en las gestiones de gobierno; y la tercera, que evalúe la experiencia de las personas frente a la gestión pública. A lo anterior, es posible agregar las sugerencias que realiza Avilez *et al.*, (2019) en torno al diseño de políticas públicas sobre turismo: incorporar la sustentabilidad, involucrar al sector privado junto con la comunidad local, priorizar en las políticas aquellas regiones que tienen desventajas frente a aquellos destinos turísticos principales y la política pública debe manifestar las responsabilidades y los compromisos de los involucrados.

Por otro lado, para el diseño y aplicación de políticas públicas que permita recuperar las voces de los actores o las comunidades locales se propone el enfoque de la gobernanza territorial, entendida como las relaciones de negociación entre actores gestadas en diversas escalas (local, regional, nacional), que permitan desarrollar un análisis más complejo de la estructura económico-social de los territorios para hacer notar que este es mucho más que las fuerzas del mercado (Brenner y Rosales, 2015). Estos autores sugieren que la gobernanza en los territorios se puede analizar por lo menos desde tres perspectivas: la gobernanza como fenómeno empírico, la concepción normativa de la gobernanza (idealista o buena gobernanza) y la visión crítica de la buena gobernanza.

La primera centra su análisis en describir el funcionamiento de un régimen particular de gobernanza bajo un enfoque descriptivo-analítico, con el plus de incorporar en el análisis las relaciones de poder, las relaciones de negociación, el desarrollo económico local y las certificaciones, aspectos que la economía ortodoxa no analiza. La segunda es impulsada por organismos internacionales como el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI) con la finalidad de superar los problemas de desarrollo en los países emergentes. La tercera propone modelos de gestión pública que son impuestos por regímenes, con base en los intereses de diversos actores. Todas estas perspectivas son válidas en una investigación (Vargas y Magaña, 2017), sin embargo, la perspectiva descriptiva-analítica es la que permite ilustrar las relaciones entre actores y las formas en como ellos negocian sus intereses, se organizan y se coordinan de acuerdo con las particularidades de un territorio.

El presente estudio cumplió con el objetivo planteado, al determinar que existe una dependencia significativa de la variable de la animación turística sociocultural y su incidencia en la consolidación de políticas públicas en regiones con potencial turístico para el fortalecimiento de la competitividad de destinos turísticos en el noroeste de México. Por ello, se sugiere que en la construcción y aplicación de políticas públicas en materia de turismo se consideren el patrimonio cultural y de la humanidad, permitiendo un intercambio de experiencias culturales entre visitantes y anfitriones (Bravo, 2023), así como la identidad cultural (Piguave, 2020). De ahí se concluye que, las políticas públicas turísticas deberían incorporar una categoría que fortalezca la protección de los recursos socioculturales, a través de las herramientas de la animación turística sociocultural (ASC) y que, a su vez, permita generar las condiciones para que cada destino turístico sea competitivo.

Finalmente, es de suma importancia que desde la creación de un plan de desarrollo turístico se dicten las políticas públicas considerando la cooperación activa de organizaciones no gubernamentales, con alta experiencia y formación especializada en temas de políticas públicas para la competitividad de los sitios turísticos y el rescate sociocultural, como un mecanismo proveedor de elementos para crear programas de animación turística sociocultural. Independientemente de que los impactos del turismo sean positivos o negativos, siempre estarán directos en las dimensiones de la sustentabilidad –sociocultural, económico y ambiental– (Márquez *et al.*, 2023). Por lo anterior, se debe de utilizar la animación turística sociocultural como una herramienta integral para la valoración del patrimonio de un sitio y con ello promover su desarrollo, protección y aprovechamiento a través de la actividad turística.

Referencias

- Actttiv (2019). El Observatorio de la Animación Turística. Segunda Oleada. Disponible en <https://activ.es/observatorio-2/>, [28 de febrero de 2023].
- Avilez, H., Rivas, T. y Chavarría, M. (2019). Turismo y políticas públicas en México. *Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR*, Penedo, (19), 142-159. Disponible en <https://www.seer.ufal.br/ojs2-somente-consulta/index.php/ritur/article/view/8688/6548>, [6 de diciembre de 2022].
- Bravo Déctor, J. (2023). Índice NID para una promoción más efectiva del turismo cultural en ciudades Patrimonio de la Humanidad. *El Periplo Sustentable*, (44), 52-71. doi:10.36677/elperiplo.v0i44.16191
- Brenner, L. & Rosales, R. (2015). Introducción. Procesos de construcción de gobernanza. En R. Rosales & L. Brenner (eds.), *Geografía de la gobernanza. Dinámicas multiescales de los procesos económico ambientales* (pp. 7-19). Ciudad de México: Siglo XXI, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.
- Cárdenas, P. J. (2011). La competitividad turística en los países del mediterráneo. Análisis de los factores determinantes. *Revista de análisis turístico*, (12), 11-22.
- Cruz, E. y Velázquez, J. (2020). Gobernanza, turismo y redes de colaboración: el Parque Nacional el Chico, México. *Revista Espacios*, 41(5). Disponible en <https://www.revistaespacios.com/a20v41n05/20410516.html>, [12 de marzo de 2023].
- Díaz Garay, A., Solano Díaz, I. & Speakman Darwin, M. (2022). Turismo y pandemia por COVID 19: impactos y aprendizaje académico. *El Periplo Sustentable*, (43), 379-395. doi:10.36677/elperiplo.v0i43.18106.
- Drake-Tapia, B. (2022). La investigación sobre desarrollo cultural comunitario en Cuba: una mirada a sus aportes y desafíos. *PROSPECTIVA. Revista de Trabajo Social e Intervención Social*, (34), 153-176.
- Ferreira, M. A. y Costa, C. (2014). Influential factors in the competitiveness of mature tourism destinations. *Tourism & Management Studies*, 10(1), 73-81.

- Gadino, I. y Taveira, G. (2020). Ordenamiento y gestión del territorio en zonas costeras con turismo residencial. El caso de Región Este, Uruguay. *Revista de Geografía Norte Grande*, (77), 233-251. Disponible en <https://www.scielo.cl/pdf/rgeong/n77/0718-3402-rgeong-77-233.pdf>, [28 de febrero de 2023].
- Gallardo, D., Hernández, O.E., Valdez, L.E. (2019). Impact factors for the development of a competitive and sustainable tourist destination. Case: Southern Sonora Region. *SCIENDO*, 9(2), 3-14. <https://doi.org/10.2478/ejthr-2019-0008>.
- García Rodea, L., Thomé Ortiz, H., González-Domínguez, I. & López-Carré, E. (2023). Análisis del perfil del turista y su relación con la demanda de turismo rural en el Estado de México (México). *El Periplo Sustentable*, (44), 85-104. doi:10.36677/elperiplo.v0i44.16266.
- Gelvis, González, A. (2016). Animación Sociocultural como Estrategia Integradora entre Institución Educativa-Docente y Comunidad. *Revista Cientific*, 1(2), 28-41, Disponible en <https://www.redalyc.org/journal/5636/563660227003/html/>, [11 de marzo de 2023].
- Hernández, P. O. E., Villarreal, L. A., Saucedo, J. (2017). Impacto de las políticas públicas en el fortalecimiento de la competitividad sistémica de las empresas turísticas. Caso Guaymas, Sonora. *Revista de Desarrollo Económico*, 4(11), 51-60.
- Hernández P, O., Villarreal, L. A., Javier, S. M. (2018). La Competencia de las Empresas Turísticas en la Competitividad Sistémica. Caso Guaymas, Sonora. *VinculaTégica*, 80-85.
- Hernández P. O., Saucedo. M. J., Borboa Á. E. (2021). La Visión Ecológica Empresarial en la Responsabilidad Social y en la Mercadotecnia Sustentable del Sector Turismo. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*, 33(S1), 113-125. <https://doi.org/10.33975/riuuq.vol33nS1.487>.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2010). Compendio de información geográfica. Disponible en https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexicocifras/datos_geograficos/03/03009.pdf, [28 de febrero de 2023].
- Márquez González, A., Cornejo Ortega, J. & Espinoza Sánchez, R. (2023). Turismo y desarrollo: La percepción de los residentes en los Pueblos Mágicos de la Región Costa Sierra Occidental del estado de Jalisco, México. *El Periplo Sustentable*, (44), 105-127. doi:10.36677/elperiplo.v0i44.17894.
- Maon, F., Swaen, V. & Lindgreen, A. (2017). One Vision, Different Paths: An Investigation of Corporate Social Responsibility Initiatives in Europe. *J Bus Ethics*, (143), 405-422. <https://doi-org.itson.idm.oclc.org/10.1007/s10551-015-2810-2>
- Mendoza-Montesdeoca, I., Rivera-Mateos, M. & Doumet-Chilán, N. Y. (2022). Políticas públicas ambientales y desarrollo turístico sostenible en las áreas protegidas de Ecuador. *Revista de Estudios Andaluces*, (43), 106-124. <https://doi.org/10.12795/rea.2022.i43.06>.

- Moreira, P. y Rozendo, C. (2021). Parques Nacionales, turismo y gobernanza: Reflexiones acerca de las concesiones de los servicios turísticos en Brasil. *RBTUR, São Paulo*, 15(3), 1-16. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i3.2119>.
- Muñoz, G. B. C., Nechar, M. C. & Jiménez, G. C. (2020). Las políticas públicas del turismo como herramienta de cohesión social y modelo de turismo solidario en la 4T: situación y retos. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (14), 132-157.
- Ochoa, B., Wendlandt, T. Valdez, L. & Huerta, J. (2016). *Expectativas de las microempresas en México. Las Microempresas en México: un diagnóstico de su situación actual*. Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Orduña, F., Dzib Can, U. (2019). Analysis of the Public Policies of Sustainable Tourism in the Historical Center of Santiago de Querétaro. *Turismo y Sociedad*, (26), 21-44. <https://ssrn.com/abstract=3503446>
- Pacheco, G. y Henríquez, C. (2016). El turismo de base comunitaria y los procesos de gobernanza en la comuna de Panguipulli, sur de Chile. *Gestión turística*, (25), 42-62. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223353237003>, [15 de marzo de 2023].
- Palomino, B., Gasca, J. y López G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*, (30), 06-37. Disponible en <https://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n30/1870-9036-eps-30-00006.pdf>, [15 de marzo de 2023].
- Parra, J. F., Duque, E. J. & Rodríguez, C. A. (2022). Born global: la cuarta perspectiva de la internacionalización. *Innovar*, 32(83). <https://doi.org/10.15446/innovar.v32n83.99920>.
- Piguave, C. R. & Gallardo, D. P. (2020). El Método Bardach para la formulación de políticas públicas en turismo sustentable en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 523-540. <https://orcid.org/0000-0001-7016-0702>.
- Ponce, Ó. E. H., Monarque, J. S. & Álvarez, E. P. B. (2021). Factores sociales en la responsabilidad social de las empresas del sector turismo. *VinculaTégica*, 7(2), 694-705.
- Reyes, R. M. & González, J. O. N. (2018). La animación sociocultural como recurso cultural para los proyectos de desarrollo sociocultural comunitario. Resultados alcanzados en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas(2006-2016). *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 9(5), 359-378.
- Rodríguez, L. M. (2022). Gobernanza empresarial y turismo urbano: políticas públicas y gestión del turismo en Ciudad de Buenos Aires a partir de la crisis económica de 2001. [Tesis de doctorado]. Los Polvorines, Argentina: Universidad Nacional de General Sarmiento. Disponible en <https://repositorio.ungs.edu.ar/handle/UNGS/1248?show=full>, [16 de marzo de 2023].
- Ruiz, N. H., Mora, I. S., Ortega, S. F. & Camuñas, M. G. (2020). Animación sociocultural y gestión comunitaria. Experiencia de participación entre Universidad y barrio. *RES: Revista de Educación Social*, (31), 187-202.

- Sánchez, L. M. C., Cossío, N. S., Ortiz, L. E. M. & Cartay, R. (2022). Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador. *Revista de ciencias sociales*, 28(2), 287-299.
- Sarrate, M.L. (2002). Programas de Animación Sociocultural. Tema 1. Génesis y evolución de la animación sociocultural. España: Editorial UNED.
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2018). Nuestro Turismo, el gran motor de la economía nacional. Disponible en https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/412719/Turismo_2040_Poli_tica_Turi_stica_de_Estado.pdf, [16 de agosto de 2021].
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2019). Compendio Estadístico del Turismo en México 2019. Disponible en https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/COMPENDIO_2019.pdf, [16 de agosto de 2021].
- Secretaría de Gobernación (2020, 3 de julio). Programa Sectorial de Turismo 2020-2024. Disponible en https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596145&fecha=03/07/2020#gsc.tab=0, [16 de agosto de 2021].
- Secretaría de Turismo (SECTUR) (2020, 3 de julio). Programa sectorial de turismo 2020-2024. Disponible en <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/mensaje-del-secretario-programa-sectorial-de-turismo-2020-2024>, [16 de agosto de 2021].
- Soler, P. (2016). *La Animación Sociocultural: Una estrategia para el desarrollo y el empoderamiento de comunidades*. Barcelona, España. Editorial OUC.
- Subirats, J., Knoepfel, P., Larrue, Corinne & Varone Frédéric (2012). *Análisis y gestión de políticas públicas*. Barcelona, España: Editorial Ariel.
- Teixeira Genta Maragni, F., Hsiao, J., Pereira de Castro Casa Nova, S., Duarte Cardoso de Brito, N. D., & Aranha e Silva, A. L. (2021). Healthily Crazy Business! Solidarity Economy and Financial Education as Emancipation Tools for the Mentally Ill. *Innovar*, 31(82). <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n82.98422>
- Úcar Martínez, X. (2018). Medio siglo de animación sociocultural en España: balance y perspectivas. *OEI-Revista Iberoamericana de Educación*. Disponible en [file:///C:/Users/SAMUEL/Downloads/301Ucar%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/SAMUEL/Downloads/301Ucar%20(2).pdf), [21 de septiembre 2020].
- Vargas, G. & Magaña, R. (2017). Estado, economía y gobernanza territorial. En R. Contreras-Soto (coord.). *Diversidad y complejidad organizacional en América Latina. Perspectivas de análisis. Territorio y organización* (pp. 319-352). Ciudad de México: Grupo Editorial Hess.