



**El Periplo Sustentable**

Universidad Autónoma del Estado  
de México

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

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 28

Enero / Junio 2015

---

**Reseña de Libro**

**Título:**

Turismo creativo:  
El fin de la competitividad

**Del autor:**

Sergio Molina Espinoza

**Por:**

Laura E. Anguiano Herrera

**Páginas:**

192 - 200

# TURISMO CREATIVO:

El fin de la competitividad

Del autor: **Sergio Molina Espinoza**

Por: **Laura E. Anguiano Herrera**

## *Introducción*

El libro *Turismo creativo*, forma parte de los más de veinte libros escritos por el Mtro. Sergio Donato Molina Espinosa, constituye un compendio reflexivo sobre la actividad en Latinoamérica. De manera que es de agradecer, la gentileza que tuvo al dedicar este libro a la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y en particular a los integrantes de la Cátedra Patrimonial del Programa de Licenciatura en Turismo. Así mismo, la buena disposición de dedicarlo al Dr. Tomás Cuevas Contreras, Dra. Isabel Zizaldrá Hernández y a la Mtra. Laura Estela Anguiano Herrera.

El documento se deriva de una gestión profesional que ha comprendido el estudio de teorías y modelos de desarrollo económico y social, el conocimiento de experiencias de turismo instrumentadas en diversas sociedades y culturales, y la intervención a través de planes, programas y proyectos que se han desplegado en instituciones de gobierno, en organismos internacionales y en centros educativos y de investigación vinculados al turismo.

Para la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez y particularmente para los profesores, investigadores, estudiantes e integrantes del Cuerpo Académico 31 Estudios sobre Turismo y Tiempo Libre del Programa de Licenciatura en Turismo es un honor saber que los trazos gruesos de esta obra comenzaron a expresarse en el marco de los trabajos de la Cátedra Patrimonial en Turismo Sergio Molina, que se lleva a cabo anualmente desde el año 2008, en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Estado de Chihuahua, en México. Desde entonces el autor ha preparado documentos que fueron presentados en las celebraciones anuales de dicho evento. El primero de ellos se tituló "Turismo basado en el principio de abundancia";



el segundo trabajo se denominó “El fin de la competitividad”. Sus contenidos se tratan ampliamente en este texto. La primera vez que “Turismo Creativo” el fin de la competitividad”, se presentó en público, fue en la Universidad Austral de Chile, en la ciudad de Valdivia, en el marco del Congreso de Educación Turística, celebrado en noviembre de 2010.

Con un resumen del prólogo del Mtro. Molina, denominado “Prefacio o el efecto túnel” se inicia el análisis del contenido del manuscrito dividido en dos segmentos, la primer parte está enfocada a los *Fundamentos del Turismo Creativo*, mientras la segunda parte a la *Planeación del turismo creativo*. Entre ambas se integran diez capítulos, con diferentes temáticas que profundizan en la necesidad de romper paradigmas y la búsqueda de la diferenciación.

### ***Prefacio o el efecto túnel***

En un destino turístico que desde la perspectiva de la industria turística es, sin duda exitoso para sus tasas anuales de crecimiento de turistas, por la frecuente construcción de nuevas habitaciones hoteleras, de restaurantes y locales de diversión y entretenimiento, la comunidad se divide entre los que apoyan al turismo y quienes lo rechazan.

Esta división, ocasiona peleas y disputas que van aumentando volviéndose episodios frecuentes en una comunidad que antes era solidaria. ¿A qué se debe esto? A que los hoteles, restaurantes y centros de diversión se apoderaron de los espacios donde estaban sus casas. Los programas de compensación que se pusieron en práctica para beneficiar a los residentes locales sólo operaron por un tiempo, luego se desvanecieron al igual que las promesas de prosperidad que trajo consigo el turismo. Los cursos de capacitación fueron de escasa utilidad.

A la gran mayoría de los habitantes, el turismo no los ha sacado de la pobreza; a muchos los han marginado aun más. Un turismo que no toma en cuenta a la comunidad, genera grandes sacrificios en el orden moral, espiritual y material en los integrantes de las comunidades en que se instala. Así es como genera *externalidades*<sup>1</sup> negativas.

---

1 Externalidad f. *Econ.* Perjuicio o beneficio experimentado por un individuo o una empresa a causa de acciones ejecutadas por otras personas o entidades.



Un día llegó el turismo con su promesa de progreso, de mejores trabajos y de sueldos mas altos, de oportunidades diversas, de provisión de agua potable domiciliaria, drenaje, alumbrado público para la comunidad, servicios que prácticamente no se conocían; en la medida en que el turismo industrial se consolidaba la mayoría de los pobladores fueron marginados poco a poco; muchos ya no pudieron siquiera realizar sus actividades habituales, que si bien eran de subsistencia, al menos les ofrecían la seguridad de proporcionarles diariamente manutención para ellos y sus familias.

En muchos territorios el turismo industrial se instaló gracias al despojo de propiedades, al desplazamiento obligado de la comunidad de las mejores tierras, a la ocupación privilegiada y forzada de establecimientos industriales junto a sitios patrimoniales y arqueológicos de calidad, mano de obra barata, proliferación de clubes de yates, marinas, de resorts de alto gasto y de campos de golf. En sus afanes de legitimación, la industria turística promueve la idea de que está desarrollando la economía de esos lugares.

Estas son algunas de las consecuencias que provoca el turismo industrial, una actividad que viene de afuera, de otra realidad y que exilia a una comunidad de su propio espacio, que cuestiona sus costumbres y sus valores, que aumenta su vulnerabilidad social, familiar y personal. Es el resultado de una política pública, ya sea que dicha política lo fomente y promueva, o una política que deje hacer, lo cual es congruente con un Estado subsidiario. Así es el “desarrollo turístico” ampliamente extendido en América Latina, un “desarrollo” que trae consigo grandes promesas, que para sus promotores y beneficiarios reales es el moderno adalid<sup>2</sup> del progreso.

Cuando se habla de desarrollo, es preciso atender entre otras cosas, la defensa de las culturas tradicionales y del entorno natural, y la integridad de los individuos y las familias. El auténtico desarrollo se ocupa, además, de los procesos de movilidad social, el empleo seguro, la seguridad social y el

---

2 Adalid. (Del ár. hisp. *addalíl*, y este del ár. clás. *dalíl*).

1. m. Caudillo militar.

2. m. Guía y cabeza, o muy señalado individuo de algún partido, corporación o escuela.



acceso universal a una amplia gama de servicios. El turismo industrial no se compromete a resolver ninguno de estos desafíos, mas bien los ignora en la mayoría de los casos.

El turismo creativo es una nueva síntesis política, social y económica, y como tal se propone resolver todas las grandes carencias generadas por el turismo industrial: desigualdades, rezagos, fragmentación social, perspectiva eminentemente materialista de la vida, marginación, prejuicios ideológicos, empobrecimiento intelectual y emocional, apatía ciudadana y en general una amplia lista de subdesarrollos diversos. Se orienta a crear bienestar compartido y extendido, a desarrollar habilidades y valores únicos que generan ganancias, a refundar el espacio y las relaciones que se manifiestan en él a partir de un protagonista: la comunidad y sus integrantes.

El turismo creativo, ofrece miradas creativas y experimentales para aprovechar la gran variedad de capacidades humanas y recursos naturales y culturales existentes en un determinado ámbito geográfico. Es un turismo integrador, no es un turismo que descarta y margina, y que por lo tanto empobrece a pesar de las promesas de desarrollo y progreso que parecen traer consigo los grandes hoteles industriales y su infraestructura.

El turismo creativo, abre espacio para que los actores locales se transformen en los protagonistas de su propio desarrollo; en cambio en el turismo industrial los residentes locales miran a la distancia cómo otros crecen y se desarrollan, como aumenta el Producto Interno Bruto local en tanto disminuye su propio bienestar y deriva en escenarios de exclusión social y concentración de los beneficios económicos.

El turismo creativo tiene varios retos: desestabilizar las categorías del turismo industrial, cuestionar las representaciones del turismo industrial, que pretende erigirse como EL turismo, como EL modelo de desarrollo. Pero adicionalmente sus desafíos también consisten en profundizar en su propio lenguaje y propuestas, para que así pueda ampliar su liderazgo y la efectividad de sus intervenciones en las cuales se instala.



Liderazgo, significa capacidad para generar, extraer y compartir valor y riqueza. Significa aprender a utilizar la abundancia local para crear riqueza, movilizar talentos y capacidades individuales y sociales, desarrollar nuevos activos intangibles como el trabajo grupal, la solidaridad, la colaboración, la efectividad y la confianza, apoyar a la empresa y al emprendimiento, reorientar el trabajo de instituciones públicas y sociales hacia la generación de nuevas realidades basadas en los recursos locales, y en lo general identificar mecanismos que permitan comprometer y hacer participar a la comunidad con un proyecto de desarrollo acorde a sus intereses y visiones.

El economista C. Kindelberg elaboró, hace unas décadas, una paradoja sobre el proceso de desarrollo, explica a través de lo que llama “el efecto túnel”, que trata sobre dos filas de automóviles ubicadas en un largo túnel, filas que están inmovilizadas a consecuencia del tráfico. Cuando las dos filas están detenidas, los conductores de ambas filas están tranquilos. Si una de las filas empieza a moverse más rápido, los conductores de la fila que se mantiene detenida se alegran por la expectativa de que su propia fila comenzará a desplazarse; pero cuando transcurre el tiempo y la fila se mantiene detenida, mientras que la otra sigue avanzando, algunos pierden la calma y empiezan a tratar de salirse la fila para entrar a la que avanza. Así se inician las disputas, las amenazas, las agresiones, los bloqueos y los choques. La fila que no avanza intenta romper su inmovilismo, y al tratar de hacerlo dificulta o incluso impide el avance de la otra.

Algo similar ocurre en una comunidad cuando, a través del turismo; y específicamente del turismo industrial, algunos sectores empiezan a avanzar, a mejorar sus condiciones de vida y oportunidades de crecimiento y desarrollo, mientras otros se mantienen sin cambios, detenidos y sin opciones, marginados del avance que otros experimentan.

El desarrollo económico y social consiste en hacer que las dos filas avancen, porque de lo contrario existe el riesgo de que las disputas y los conflictos crezcan y se polaricen hasta el punto de que ninguna de las dos pueda moverse para llegar hasta donde pretenden.

El turismo creativo, es una estrategia que busca el desarrollo económico y social a partir de la inclusión del avance de las dos filas, no entrega el desarrollo a otros, lo acomete como un proyecto



que depende de las propias posibilidades y capacidades; contribuye no solo al desarrollo económico sino a estimular diferentes valores sociales como el de la ciudadanía. La vinculación del turismo creativo con el espacio y los intereses públicos es natural.

Es así, con base en esta paradoja denominada “el efecto túnel”, que el Mtro. Sergio Molina explica en su libro, que para facilitar el proceso de desarrollo de un destino turístico y su comunidad, es necesario que avance el turismo industrial, con la inclusión del Turismo Creativo.

### ***Introducción***

El turismo no tiene un fin en si mismo como postulan los tecnócratas y promotores del turismo industrial, no se justifica enteramente porque favorece la construcción de hoteles, restaurantes, o porque permite la observación de paisajes o el conocimiento de habilidades sociales e individuales que impulsa tanto en los visitantes como en los receptores.

En la mayoría de los países de América Latina, el turismo industrial se entiende y se justifica en los círculos políticos y empresariales, y también en la academia, casi exclusivamente como una vía económica para el desarrollo; en la práctica, deja sueltos los hilos que ayudan a construir bienestar social y un sociedad más equitativa. No falta quienes exageran al afirmar que sin turismo industrial una sociedad no puede desarrollarse.

El turismo industrial tiene grandes limitaciones que, en parte se reflejan en un discurso que difícilmente puede abstraerse de lógicas cuantitativas que hablan de la expansión de sus variables. Es a partir de ellas que en la actualidad construye su legitimidad social.

Es necesario reconocer que el turismo no puede sujetarse a soluciones únicamente proporcionadas por las instituciones públicas y por las empresas, a esquemas y formas de hacer copiados en los países desarrollados, como es la norma predominante en la actualidad. Se recurre a la fórmula de la imitación.



Ahora se importan, desde las naciones desarrolladas, los contenidos y orientaciones de programas y proyectos de turismo, estructuras arquitectónicas y trazados urbanos, con la finalidad de instalarlos en realidades locales sin comparación con aquellas de las cuales proceden.

Se desaprovecha deliberadamente la abundancia local, se desperdician las múltiples posibilidades de crear experiencias únicas para los visitantes, por una parte, y por la otra para estimular un auténtico desarrollo al incorporar al turismo capital humano, recursos naturales y culturales que un modelo convencional importado sólo puede omitirlos, marginarlos, subordinarlos o quitarles valor.

La pugna de fondo se plantea entre los defensores de la escasez y los promotores de la abundancia. Entre los imitadores y los creadores de nuevas realidades. Entre los seguidores y los innovadores. Allí entre los defensores de la escasez se encuentran políticos y administradores de todos los signos y escuela, y quienes han obtenidos sus grados de especialidad, maestría y doctorado en universidades del extranjero pero que se han convertido en pregoneros de la imitación y la escasez. Muchos de ellos, empero, trabajan para generar valor a partir de lo local. Ser pobre, recordémoslo, es dejar de utilizar los recursos de que se dispone en el entorno inmediato; ser pobre es también, dificultar el cambio, es obstruir el flujo de un ciclo vital, la transformación, el cambio.

El turismo creativo implica un cambio en la trayectoria hacia el desarrollo, de hecho el turismo creativo es el resultado de una interpretación de una cultura y de una sociedad en particular.

A través de sus páginas este interesante libro, dividido en dos partes y diez capítulos, nos explica de manera detallada, en la primera, “Los fundamentos del Turismo Creativo” y en la segunda, “La planeación del turismo creativo”.

En la primera parte *Fundamentos del Turismo Creativo*, se integrada por seis capítulos incluye temas sobre:

El Capítulo 1 se integra por: Conceptos y hechos sobre la evolución del turismo; Bases epistemológicas del turismo creativo; El turismo creativo y el socio constructivismo; y Paradigma de la sociedad del conocimiento. El Capítulo 2 contempla: Los turismos; Modelos de la industria turística; Niveles



de conocimiento y turismo creativo; y Turismo creativo: visión del futuro. En cuanto al Capítulo 3: El principio de escasez; La competitividad como instrumentalización de la carencia; Conceptos y limitaciones de los enfoques de competitividad; Panorama general del turismo en América Latina; Competitividad imitativa en el turismo de México; El modelo de competitividad imitativa en América Latina; Acapulco; una lección para aprender; Creatividad y estrategia; y Turismo e ideología. El Capítulo 4 abarca: El escenario catastrófico como base para el despegue; La incertidumbre como motor de las transformaciones; y Ejes de una política turística en la fase post competitiva. Sobre el Capítulo 5 engloba : El tiempo cero en el turismo creativo; Conceptos básicos de creatividad e innovación; Principios del turismo creativo; Operativización de los principios del turismo creativo; No localidad y sincronidad del turismo creativo; La reconexión como requisito del turismo creativo; Funciones del modelo de turismo creativo; Turismo creativo: espacios en los que se puede manifestar; Turismo creativo en contextos de vulnerabilidad social; Nodos del poder del turismo creativo; El núcleo del turismo creativo; La red de actores en la sociedad del conocimiento; Visión de la red de actores ; y Papel del Estado en el Turismo creativo. Mientras el Capítulo 6 lo constituye : Economía de la felicidad: trabajo y consumo creativo; Los precursores del turismo creativo; La empresa extendida; Negocios de orquestación; Modelo de negocios en el turismo creativo; El consumidor es un ser humano; Los tecnorebeldes: productos y experiencias del turismo creativo; Costa Rica: una oferta de información; Turismo cultural en Santa Fe, Nuevo México; Totonicapán, Guatemala; Puerto de ideas: un encuentro; Otras oportunidades para los destinos de turismo creativo; Medición de la huella de carbono; Utilización de las redes sociales; Responsabilidad Social Empresarial; Producción sustentable de alimentos; Marketing sustentable; Voluntariado; Creación de áreas naturales protegidas; Rescate del patrimonio cultural; Educación para el turismo creativo; Desarrollo del capital humano y Financiamiento del turismo creativo.

En la segunda parte *Planeación del turismo creativo*, integrada por cuatro capítulos más incluye:

El Capítulo 7 discurre en: Consideraciones sobre un plan de desarrollo del turismo creativo; Liderazgo transformacional y planeación; Conceptos básicos de planeación; Modelos de planeación; Funcionamiento integrado del sistema de planeación; Otros subsistemas vinculados; La planeación





en el contexto del turismo creativo; Significados de la planeación para la comunidad local; Contenidos mínimos de un plan de desarrollo del turismo creativo; Planeación integradora; Planeación y ciclo de vida del producto-destino; Factores que inciden en el ciclo de vida del producto-destino. En el Capítulo 8 considera: La planeación estratégica; y Metodología de proyectos de inversión en activos fijos. Mientras el Capítulo 9 induce sobre: Técnicas participativas para la planeación del turismo creativo; Selección de oportunidades de innovación; y Generar nuevas realidades en un mundo de abundancia. En cuanto al Capítulo 10: Control de gestión de la estrategia y Matriz relacional del turismo creativo.

Finalizo con una frase del Mtro. Sergio Molina, que considero relevante para todos los que trabajamos en pro de la actividad turística como una forma de desarrollo económico y social de los países, debemos aplicar: “ayudar a las personas a ser, para que nos ayuden a hacer”. Apuntalando su consejo:

***Si no es ahora, ¿cuándo?; Si no es aquí ¿dónde?; Si no somos nosotros ¿quién?; Si no es con nosotros, ¿cómo?; y Si no es para nuestro beneficio ¿para qué?.***