

# Gentrificación turística en Sayulita, Nayarit, México

*José Alejandro López Sánchez /*

*Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas*

*alx.1193@hotmail.com*

*Rodrigo Espinoza Sánchez /*

*Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa*

*rickyizbe@yahoo.com.mx*

*Rafael Villanueva Sánchez /*

*Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas*

*rvillanueva@utbb.edu.mx*

## RESUMEN

El municipio de Bahía Banderas, Nayarit, fue creado por decreto con el objetivo de desarrollar el Centro Integralmente Planeado (CIP), dando origen al Fideicomiso de Bahía de Banderas en 1970, con los convenios firmados entre Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y el Gobierno Estatal. Así, surgen las acciones tendientes al proyecto Riviera Nayarit, del cual uno de los principales puntos de interés es el Pueblo Mágico de Sayulita, bajo el argumento de aprovechar los bienes naturales y la promesa de generar empleos. El análisis praxeológico del presente trabajo se estructura a partir de una aproximación teórica y exploratoria, aplicando guiones de entrevistas semiestructuradas a seis especialistas, quienes fungieron como actores clave. Los resultados indican que los residentes locales, que impulsaron el origen a Sayulita, se han visto asechados para dejar la localidad, y, por ende, los espacios para la vivienda se han ido reduciendo y dado origen a desarrollos comerciales como soporte al fenómeno de turistificación que, con el tiempo, puede convertirse en la turismofobia, que conlleva a que el locatario rechace al turismo como estrategia de desarrollo.

**Palabras clave:** Gentrificación, Turismo, Turismofobia, Pueblo Mágico, Sayulita.

## TOURIST GENTRIFICATION IN SAYULITA, NAYARIT, MEXICO

### ABSTRACT

The municipality of Bahía Banderas, Nayarit, was created by decree to develop the Integrally Planned Center (CIP), giving rise to the Bahía de Banderas Trust in 1970, with the agreements signed between the National Fund for Tourism Development (FONATUR) and the State Government. Thus, the actions tending to the Riviera Nayarit project arise, one of the main points of interest of this project is the Magic Town of Sayulita, under the argument of taking advantage of the natural assets and the promise of job generation. The praxeological analysis of this work is structured based on a theoretical and exploratory approach, applying semi-structured interview scripts to six specialists, who served as key actors. The results indicate that local residents, who promoted the origin of Sayulita, were forced to leave the town. As a result, housing spaces have been reduced and given rise to commercial developments to support the phenomenon of touristification which, over time, can become tourism-phobia, which leads the tenant to reject tourism as a development strategy.

**Key words:** Gentrification, Tourism, Tourism-phobia, Magic Town, Sayulita.

## INTRODUCCIÓN

Las transformaciones urbanas han adoptado la diversificación cultural de los nuevos foráneos, adaptándose a las nuevas formas de vivir; y tanta ha sido la integración con los nuevos residentes, que se han olvidado de la esencia de su identidad. El lugar que alguna vez fue pacífico, se ve afectado por una proliferación inmensa, donde surgen construcciones por doquier, los atractivos turísticos de la localidad se vuelven negocios, los patrimonios son adquiridos por inversionistas extranjeros, los espacios públicos se saturan, los habitantes locales son desplazados por los aumentos de alquileres y sus propiedades son adquiridas, y así es como nace la gentrificación, la exclusión de la población local por las actividades económicas.

El objetivo general del trabajo fue analizar el proceso de gentrificación, la influencia del desarrollo turístico, sus implicaciones en comercios, espacios públicos y culturales; así como en la población de la localidad de Sayulita.

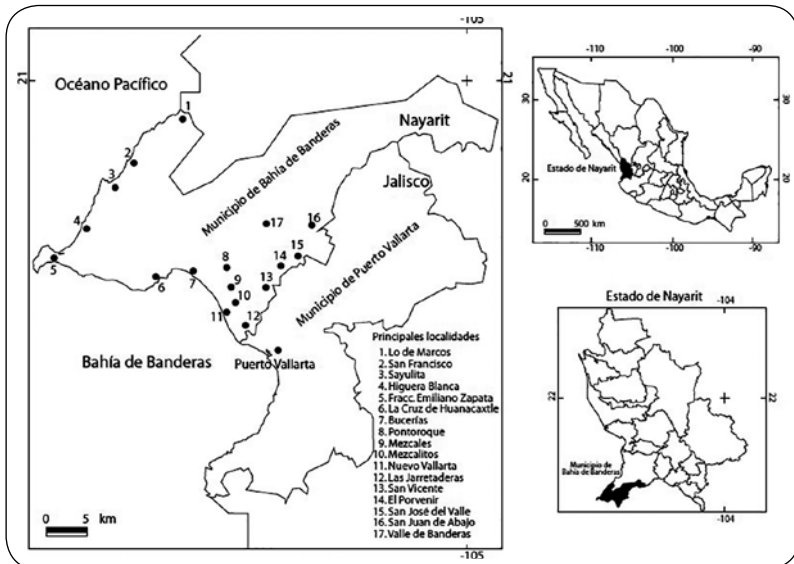
La gentrificación y su influencia en el turismo va en auge en esta localidad; sus espacios se han avecindado, cada vez hay más puestos y negocios que saturan las calles y reducen los espacios, todo para facilitar la atención al turista, causa por lo cual los pobladores originarios han migrado a otras localidades, no obstante, la turistificación cada vez toma más forma y los problemas aumentan, considerando que, si esto sigue así, la turismofobia será manifestada en mayor medida dentro de esta localidad.

## ANTECEDENTES

### *Bahía de Banderas*

Bahía de Banderas es el municipio de más reciente creación del estado de Nayarit. Mediante decreto número 7261 emitido por el Congreso del Estado el día 18 de diciembre de 1989, a propuesta del gobernador Celso Humberto Delgado, se ordena segregar del territorio del municipio de Compostela para crear el nuevo municipio Bahía de Banderas, con cabecera en Valle de Banderas, pasando así a ser parte de la división política del estado de Nayarit como el municipio número 20. Recibe su nombre de la Bahía de Banderas que baña la costa sur del municipio y se encuentra dividida políticamente entre los estados de Jalisco y de Nayarit, y en la cual desemboca el río Ameca (De la Rosa Sánchez, 2014). (Ver mapa 1).

**Mapa 1.** *Bahía de Banderas, Nayarit.*



Fuente: Márquez González & Sánchez Crispín, 2007.

No obstante, el municipio se centra principalmente en el turismo y la gastronomía, aunque también está presente la agricultura, la ganadería y la pesca. Es un importante productor de camarón y guachinango, entre otros productos de la pesca, también de los cultivos principales son: sandía, piña, sorgo, maíz, mango, jitomate y entre otros, por otra parte, la ganadería es principalmente vacuna y bovina (De la Rosa Sánchez, 2014). El turismo es un factor importante en lo económico para Nayarit y Bahía de Banderas, es uno de los puntos principales y el primordial polo turístico del Estado, constituye la parte principal de lo que se conoce como Riviera Nayarit.

### **Sayulita**

Con el propósito de impulsar el desarrollo turístico y beneficiar a las comunidades agrarias en la zona costa de Nayarit. Se creó el primer Fideicomiso Turístico de Bahía de Banderas, que se constituyó en enero de 1971 con la expropiación de 5,162 hectáreas del municipio de Compostela, Nayarit, que abarcaban los ejidos: Las Jarretaderas<sup>1</sup>, Bucerías<sup>2</sup>, Cruz de Huanacaxtle<sup>3</sup>, Higuera Blanca, Sayulita<sup>4</sup>, Peñita de Jaltemba, Las Varas y El Capomo en una extensión de 142 kilómetros de costa (Huízar Sánchez, 2018).

<sup>1</sup> Esta localidad quedó íntimamente ligada al Fideicomiso Bahía de Banderas y al desarrollo turístico de Nuevo Vallarta.

<sup>2</sup> La palabra se deriva sin duda de buceo, ya que este poblado se encuentra cerca de lo que fueron antiguos placeres y pesquería de perlas. Hoy, el turismo ha hecho de este lugar un pujante centro de población y comercio.

<sup>3</sup> Antiguamente la población se dedicaba a diferentes ocupaciones que ofrecía el sitio: quema de cal, pesca y agricultura. A partir de la construcción de la carretera Compostela-Puerto Vallarta en 1960, se dio apertura a este lugar un potencial económico: el turismo.

<sup>4</sup> Antiguamente la localidad constituía sólo de seis o siete casas, construidas de palma. La comunidad se dedicaba a la cosecha del coquito de aceite, agricultura y a la pesca, hoy en día su actividad importante es hacia el turismo (Gómez Encarnación, 2007).

Así fue como al sur de la costa de Nayarit, en la región de Bahía de Banderas, se encuentra Sayulita, pequeño paraíso adornado por la hermosura del mar, la reciedumbre de los acantilados, ríos, lagunas y los esteros plenos de vida marítima, las playas plácidas de arena blanca características naturales de sus olas, para eventos internacionales de surf, de acuerdo a la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2016). Su Incorporación al Programa Pueblos Mágicos fue en el año 2015. (Ver mapa 2).

**Mapa 2.** Sayulita, Bahía de Banderas, Nayarit.



Fuente: Atlas Turístico de México, 2019.

Ubicado en el Municipio de Bahía de Banderas, se localiza a 80 km del municipio de Compostela y es de las últimas zonas antes de entrar a Punta de Mita y posteriormente al corredor turístico hasta Nuevo Vallarta. A diferencia de aquellos destinos turísticos donde la industria hotelera ha restringido la entrada a las playas,

como Puerto Vallarta o Nuevo Vallarta, en Sayulita hay espacio para todos, de acuerdo a sus posibilidades, gustos e intereses (Alfaro Barbosa, 2010).

La playa Sayulita se encuentra visualmente dividida en tres, siendo el paso de dos arroyos que fragmentan la playa y los que marcan dicha división. De acuerdo al registro en la SECTUR (2016), entre sus atractivos destacan:

- Sus olas marítimas, idóneas para competencias de surf de carácter internacional.
- El panteón de Sayulita.
- La Plaza Pública.
- El Salón Ejidal.
- El Estadio o Unidad Deportiva.
- El Cerro del Mono.
- Las Playas: Los Muertos, Kestos y Patzcuarito.
- Rutas de ciclismo de montaña.
- Paisaje del Rey.
- Sitios de anidación (avistamiento de aves y avistamiento de ballenas).

### ***Aproximación histórica de la gentrificación***

El concepto de gentrificación surge como un término anglosajón que se ha utilizado principalmente por la geografía urbana. Sin embargo, fue empleado por primera vez por la socióloga inglesa Ruth Glass, en 1964, para nombrar el proceso de aburguesamiento, segregación y expulsión de personas originarias de los barrios céntricos de Londres, y el posterior arribo de una clase social alta, que utiliza sus recursos para generar el cambio del entorno y apropiarse de ellos (Chapa García & García Santiago, 2018).

Por lo cual, la definición propuesta por Glass, hace alusión a un proceso a través del cual un barrio habitado por población de bajos ingresos es ocupado y modificado por población de clase media alta, quienes, a su vez, ya sea por cuenta propia o por inversión privada (agentes inmobiliarios), renuevan las viviendas. De esta manera, Salinas Arreortua (2017, citado en Lees et al., 2008, p. 10) menciona que, *“son tres los elementos esenciales para hablar de un proceso de gentrificación clásica, por la llegada de población de mayores ingresos, desplazamiento de población y reinversión económica en viviendas”* (p. 02).

No obstante, estos tres elementos que definen al proceso de gentrificación; hace referencia a la connotación crítica, a un problema social y a la producción del espacio urbano. Este problema social, se hace evidente con la llegada de población de mayores ingresos a la población que existía originalmente, quienes resultan ser desplazados porque su condición socioeconómica no les permite quedarse en los barrios transformados que han tenido, por lo regular, inversión económica pública o privada, lo que ha resultado en incremento de precios de inmuebles y servicios diversos (Salinas Arreortua, 2017).

Asimismo, se establece una cooperación o complicidad entre organismos públicos y privados para gestionar procesos de reurbanización, además de la restricción del uso y goce del espacio urbano. Por ende, Hernández Cordero (2015) dice que, *“este conjunto de acciones está encaminado a convertir la ciudad o una parte de esta, en un espacio comercializable en el que se busca instaurar una visión hegemónica”* (p. 18). A su vez, el autor describe en este contexto el urbanismo neoliberal que comprende de las siguientes cuatro dimensiones.

- **Gubernamental.** Privatización de los servicios públicos; adopción por parte de los gobiernos de modelos y lenguajes empresariales; alianzas entre el poder público y la iniciativa privada, creación de empresas y agencias con capital mixto público y privado.
- **Económica.** Impulso de agentes económicos privados, subvenciones fiscales a privados, protagonismo de la ciudad como ente económico competitivo y especulación inmobiliaria.
- **Territorial.** Promoción del regreso a las áreas centrales y dotación de atributos de centralidad a espacios periféricos; y configuración de una estructura urbana en forma de red generando una polarización socioespacial.
- **Social.** Incremento en la movilidad de la población (turismo y migración), apertura de la brecha entre clases sociales; y mayor pobreza y exclusión social.

Las externalidades negativas son mayores que las positivas. La animadversión que suscita el turista se da en paralelo con procesos de gentrificación, materializados en la llegada de gente con mayor capital económico y cultural que desplaza a la población tradicional, es decir, las clases populares más desfavorecidas económicamente, más vulnerables, hasta el punto de excluirla definitivamente del territorio.

### ***Oferta de alojamientos***

La importante riqueza patrimonial de las grandes ciudades, no exime de transformaciones a las ciudades pequeñas y medianas, así como a algunas localidades que presentan diversas cualidades rurales y una fuerte dinámica económica y turística con ciudades

medianas y grandes cercanas. Como ejemplo de una política neoliberal de gentrificación para el caso de México está el programa federal Pueblos Mágicos definido por el propio Gobierno Federal como: *“Localidades con atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, magia que emanan en cada una de sus manifestaciones socioculturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico”* (Salinas Arretua, 2017, p. 06).

Este comportamiento demanda y promueve la capacidad de carga de los centros turísticos, considerando la relación positiva entre el incremento del número de visitantes y el desarrollo turístico del área en materia de alojamiento, organización y propiedad de los atractivos y servicios turísticos; los impactos socioculturales, económicos y medioambientales; la satisfacción de los visitantes, etcétera (Crespi Vallbona & Mascarilla Miró, 2018).

A su vez, existen dos principales actividades relacionadas con el turismo que tienen crecimiento económico, que son el transporte de pasajeros (carretera, aéreo, acuático, ferroviario y alquiler de vehículos) y la provisión de alimentos y bebidas. También se incluyen los servicios culturales, recreativos y deportivos; en un porcentaje menor aparece la producción y comercio de artesanía, las agencias de viaje entre otros (De La Cruz Vergaray & Rodríguez Reyes, 2018).

No obstante, Hernández Cordero (2015) menciona que:

*“La conversión de usos habitacionales a turísticos tiene consecuencias graves sobre el vecindario. Por un lado, se crea una presión de desplazamiento, debido a que los apartamentos turísticos resultan más rentables económicamente que un al-*

*quiler residencial. Por este motivo, un importante número de propietarios deciden dedicarlos a la actividad turística a través de agencias especializadas o plataformas virtuales como Airbnb” (p. 219).*

Esto da auge a la presencia de una importante cantidad de población que puede producir la esencia de la vida urbana e imponer las lógicas mercantilistas sobre el espacio común. Por lo tanto, la problemática que implica operar un nuevo centro turístico, con todo lo que le concierne al proceso de desterritorialización, es grande. En fin, existen muchos aspectos en dicho proceso en el que las sociedades turísticas presentan intereses diversos.

### ***Desarrollo turístico dentro del municipio de Bahía de Banderas y en la localidad de Sayulita***

Cabe señalar, que el caso del municipio de Bahía de Banderas fue creado por decreto con el objetivo de desarrollar el Centro Integralmente Planeado (CIP) de Punta de Mita; este CIP da origen al Fideicomiso de Bahía de Banderas en 1970; el patrimonio de dicho Fideicomiso quedó constituido con un total de 4,136 hectáreas localizadas sobre aproximadamente 85 km de planicie costera, del entonces Municipio de Compostela (que incluye al actual municipio Bahía de Banderas) (Merchand Rojas, 2012).

Con los convenios firmados entre FONATUR, los municipios y el gobierno estatal; nacen las acciones tendientes del proyecto Riviera Nayarit, para el cual se planteó la construcción de 30 nuevos hoteles, cuatro campos de golf, dos marinas náuticas y un aeropuerto a lo largo de 175 kilómetros de playa. Los principales puntos de interés serían las playas de Lo de Marcos, San Francisco (San Pancho), Sayulita, Nuevo Vallarta, La Cruz de Huanacaxt-

le, Bucerías y Punta Mita-Litibú. Nuevamente, bajo el argumento de aprovechar los bienes naturales, la promesa de generar empleos y como alternativa de desarrollo regional (Massé Magaña, Zizumbo Villareal, & Palafox Muñoz, 2018).

No obstante, la expansión del área urbana en el municipio, la expropiación de tierra, la construcción de un complejo hotelero, la promoción de actividades turísticas como el ecoturismo, turismo de aventura, golf, etc. Esta iniciativa ha incidido en comunidades costeras del municipio de Bahía de Banderas, involucrando directamente a sus localidades y en especial a Sayulita. La conurbación y las actividades vinculadas al sector turismo, vislumbra un crecimiento demográfico acelerado, visible en la expansión territorial y en la carencia de servicios e infraestructura, así mismo en la cantidad de empleos mal remunerados que inciden en una separación espacial de grupos sociales (Huizar Sánchez, Villanueva Sánchez, & Baños Francia, 2015).

Sin duda, los sectores comerciales y de servicios turísticos, también experimentan un auge, en todos los grados de especialización, no sólo por la atracción de visitantes, si no, por la cantidad creciente de residentes y sus necesidades cotidianas. A partir de esta premisa, se desarrolla la zonificación que pretende generar áreas de usos mixtos donde convivan usos habitacionales, comerciales y de servicios turísticos.

## METODOLOGÍA

El análisis praxeológico del presente trabajo se estructura a partir de una aproximación teórica y exploratoria, a su vez, aplicando guiones de entrevistas semiestructuradas a seis especialistas, quienes fungieron como actores clave y representando a diver-

Los sectores de la sociedad, quienes conocen el fenómeno y han vivido su desenvolvimiento en la esfera local de Sayulita y estos pertenecen a diferentes extractos en la sociedad como comerciantes, empresarios del sector oficial y de la población local, y del sector académico que han estudiado, escrito, hablado sobre el área de estudio y residido, así como se hizo trabajo in situ y se utilizó la fotografía como técnica de investigación, lo que permitió triangular dicha investigación.

## RESULTADOS

Para el análisis de la información, fue necesario utilizar el software ATLAS.ti 8 (2019), este programa es una manera habitual y bastante práctica de entender las tareas básicas del análisis cualitativo, porque consiste en trazar el recorrido hacia la reducción y búsqueda del significado de los datos, como un proceso recursivo hacia la elaboración de modelos teóricos sustantivos.

Una vez procesado y descrito cada uno de los resultados, se suministraron códigos<sup>5</sup> para la vinculación de la información, esto proporciona una visión resumida de cada una de las entrevistas aplicadas, así mismo, se cuantificó la frecuencia (Ver tabla 1) de los códigos generando una de las citas vinculadas con cada uno de los actores claves. Por último, se elaboró una red (Ver red 1) que proporcionara una visión general de las entidades de los códigos vinculados mostrando cada uno de los resultados, en donde las respuestas de las entrevistas giraron en torno a la localidad de Sayulita.

---

<sup>5</sup> Palabras que constituyen las citas vinculadas.

Tabla 1. Códigos de los actores claves.

Códigos (28)	A <sup>6</sup>	B <sup>7</sup>	C <sup>8</sup>	D <sup>9</sup>	E <sup>10</sup>	F <sup>11</sup>	Totales
● Comisariado ejidal	0	3	1	1	0	0	6
● Complicidad	2	1	0	0	0	0	3
● Crecimiento	4	2	1	0	0	6	14
● Delincuencia	4	1	0	2	0	0	7
● Desarrollo Comercial	4	2	3	2	5	2	18
● Desarrollo Turístico	2	3	1	4	0	0	11
● Destino Turístico	0	0	0	1	0	2	3
● Destino turístico no planeado	0	1	3	0	3	3	10
● Devastación	2	0	1	3	5	2	13
● Extranjeros	2	3	4	2	0	2	14
● Gentrificación	2	2	3	2	0	2	11
● Gobierno	2	2	0	2	0	3	10
● Habitantes	2	4	7	1	0	0	15
● Información a la población	0	4	0	0	0	0	4
● Infraestructura	4	4	3	2	5	5	23
● Ingresos económicos	2	2	1	5	0	3	14
● Mala organización	0	1	1	2	5	2	11
● Medidas de control	4	1	0	0	3	2	10
● Población	2	2	1	0	0	3	9
● Problemáticas	4	3	6	5	15	2	35
● Proyectos	0	2	0	4	3	3	12
● Pueblo Mágico	2	0	0	3	3	2	9
● Sayulita	2	1	3	2	3	2	12
● Turismo	0	0	3	4	0	3	10
● Turismofobia	2	0	0	2	0	0	4
● Turistas	2	3	4	1	0	2	13
● Turistificación	2	3	1	3	5	6	21
● Urbanización	2	2	6	5	5	5	25
Totales	58	58	58	58	58	58	348

Fuente: Elaboración propia a partir del uso de (ATLAS.ti 8, 2019).

<sup>5</sup> Palabras que constituyen las citas vinculadas.

<sup>6</sup> (A) Alfonso Baños.

<sup>7</sup> (B) Óscar Ávalos.

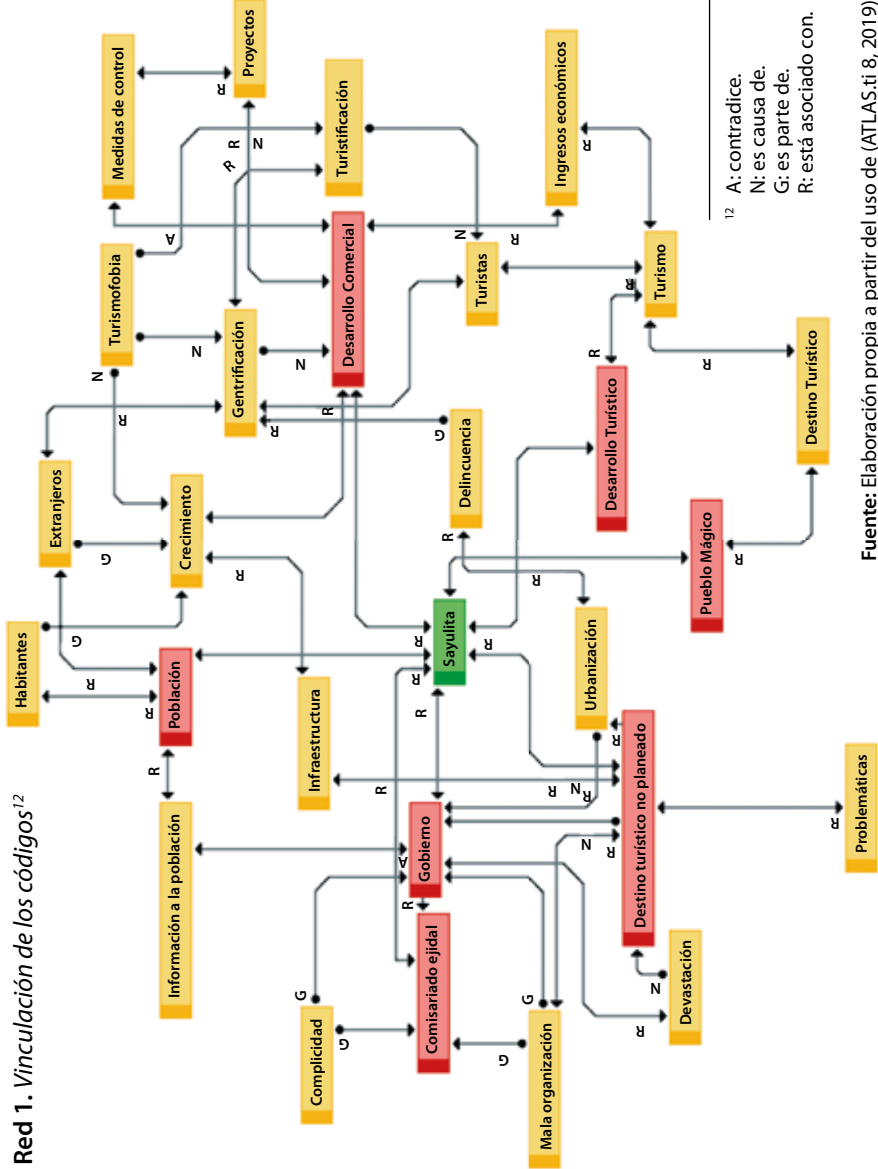
<sup>8</sup> (C) Alberto Navarro.

<sup>9</sup> (D) Daniel Camacho.

<sup>10</sup> (E) Rodrigo Peña.

<sup>11</sup> (F) Luis Ángel.

Red 1. Vinculación de los códigos<sup>12</sup>



Fuente: Elaboración propia a partir del uso de (ATLAS.ti 8, 2019).

Dentro de la tabla de códigos de los actores claves, están las frecuencias de las palabras que más resaltaron los entrevistados en sus respuestas, dando un total de 28 códigos; por consiguiente se vincularon cada uno de ellos. El punto verde indica que todo se refirió a Sayulita; los puntos rojos son los principales sectores del entorno; por último, los puntos amarillos son las derivaciones que se han presentado dentro de la localidad. Por consiguiente, representan cada uno de los códigos vinculados y sus descripciones.

Después de su nombramiento como pueblo mágico, Sayulita tuvo su mayor auge. En 2017 fue el pueblo más visitado del estado y el sexto a nivel nacional. La localidad ha incrementado sus visitas por parte del turismo, a su vez, los empresarios han sido beneficiados; sin embargo, el turismo tiene que ser más responsable y los negocios más sustentables, para que el destino no tenga consecuencias a futuro.

El Gobierno Estatal fue el que propuso a Sayulita como Pueblo Mágico, para que empezara a recibir apoyo en infraestructura, sin embargo, los problemas los han rebasado, un ejemplo es la planta de tratamiento, ya que dejan que las aguas negras desemboquen en las playas. Sayulita ha tenido un gran crecimiento pero sin control. Si no se ofrece como destino sustentable, se estima que viva sólo 10 años más. Por lo que, el problema que existe es porque no se ha tenido gran apoyo por parte del Gobierno y de las dependencias Federales, lo que la mayoría de los logros ha sido por la disposición de algunas personas de la localidad, para la resolución de los problemas.

También, la gente local en la actualidad ya no decide las cuestiones de la comunidad, sino que son los mismos extranjeros quienes tienen el poder para tomar las decisiones de la loca-

lidad. Motivo por el cual, la población local se ha desplazado a la periferia, ya que los turistas que llegan al destino son los que se posicionan en el centro de la ciudad, con los mejores espacios y con un mayor nivel adquisitivo económico, para adueñarse los territorios de los habitantes.

Por otra parte, hay pobladores que tienden a quedarse en la localidad, porque ven a los turistas como una oportunidad para adquirir ingresos, a través de la rentas de locales, mano de obra, venta de productos y servicios, sin embargo, esto ha tenido consecuencias con la localidad, porque el problema se nota por la reducción de sus espacios en las avenidas o calles y la saturación de los negocios. A su vez, las infraestructuras que hay en Sayulita son muy diferentes, tanto para los locales y los extranjeros, claro que los extranjeros cuentan con los mejores beneficios.

La problemática de Sayulita es la sobrepoblación; si continúa llegando gente extranjera la población se extenderá a los lados, la población local será desplazada por los turistas, y los problemas de tráfico y abastecimiento de agua, entre otros, se agudizarán. La falta de planeación como desarrollo turístico terminará por desintegrar a la población y a la cultura local.

### ***Discusión***

Sayulita tenía 391 habitantes en 1970, 861 habitantes en 1980, 1,135 habitantes en 1995 y 1,675 habitantes en el año 2000 de acuerdo con los registros del H. Ayuntamiento de Bahía de Banderas (2019). Según registros de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL, 2013) desde el año 2010 hay 2,262 habitantes.

Actualmente, Sayulita ha sido un destino vecinado por turistas, por lo cual los habitantes originarios se han involucrado con los visitantes; ante esto, los principales actores han sido los

inversionistas extranjeros, que se han apropiado de cada uno de los patrimonios y recursos naturales que tiene la localidad, dando origen a la gentrificación. Las calles, las avenidas, los espacios públicos y las banquetas están saturadas de negocios y la movilidad por las calles es un problema, no corresponde a la imagen de un Pueblo Mágico. Lo mismo se puede decir de su playa, que también presenta problemas de saturación y contaminación.

La localidad entera se ha transformado; las casas habitacionales comunes que antiguamente eran de los pobladores, ahora son condominios, hoteles o negocios enfocados al turismo; a causa de eso la cultura se ha desdibujado, ya que los turistas tiene comportamientos y actitudes que no se identifican con los pobladores locales, lo cual va gestando la gentrificación de la comunidad.

A consecuencia de las visitas, las personas atraídas por el lugar se quedan a vivir. La drogadicción y la delincuencia afectan la imagen del destino y los pobladores locales. Dentro de la localidad hay una diversidad cultural, ya que hay personas de todas partes del país, mayormente extranjeros; a causa de eso, se abren nuevos negocios o puestos temporales, razón por la que los lugareños tienden a arrendar sus propiedades a personas externas.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La influencia del turismo en Sayulita va en auge, aspecto este que induce a pensar que los patrimonios son tomados por los locales; este lugar se ha convertido en un atractivo tanto para nacionales como extranjeros, no sólo para vacacionar, sino para

residir en la localidad. Como consecuencia de este arribo de migrantes, los locatarios o residentes locales que dieron origen a Sayulita se han visto asechados para ser reubicados o dejar la localidad, y, por ende, los espacios para la vivienda se han ido reduciendo, dando origen a desarrollos comerciales para dar soporte al fenómeno de turistificación que, con el tiempo, puede convertirse en la turismofobia, que conlleva o incita a que el locatario rechace al turismo como estrategia de desarrollo.

El pueblo que antes era de la gente local y ahora es de los extranjeros, ha dado mayor auge a la gentrificación. Actualmente, existe una asociación de extranjeros que beneficia a la localidad, llamada Pro Sayulita, que realiza campañas de recolección de basura, limpiezas y actividades en beneficio de la comunidad. Por otro lado, la delincuencia va en auge, y para combatirla hay un grupo de pobladores locales que se hace llamar los Gavilanes, que se encargan de disminuir las transgresiones, poniendo en riesgo su vida, por falta de apoyo de las autoridades correspondientes.

Finalmente, la turistización tiende a expandirse para sobre-explotar los territorios, arrasando con las culturas locales; los desplazamientos de las personas son inducidas por los negocios; las construcciones dentro de la población están en activo, y los desarrollos comerciales se enfocan al turismo. A los habitantes locales les es difícil adaptarse a las nuevas condiciones de vida, al nuevo modelo del barrio, que alguna vez fue de ellos. Con el aumento de los visitantes, los negocios se extienden, invaden las calles, se apropian de las banquetas y se reducen los espacios públicos. Al ser Pueblos Mágicos un programa federal, no da pie a que las autoridades locales den respuesta a este cúmulo de problemas.

## FUENTES DE CONSULTA

- Alfaro Barbosa, A. C. (2010). *Indígenas en la playa: venta ambulante e identidad en un contexto turístico (Sayulita, Nayarit)*. (Tesis de maestría) Guadalajara: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Ángel, L. (2018). Gentrificación en el Pueblo Mágico de Sayulita. Programa Verano Delfín 2018. (A. Ramírez Valle, Entrevistador)
- Atlas Turístico de México. (2019). *Datos de mapas*. Recuperado el 15 de julio de 2019, de Secretaría de Turismo: <https://www.atlasturistico.sectur.gob.mx/AtlasTuristico/inicio.do>
- ATLAS.ti 8. (2019). *ATLAS.ti qualitative data analysis*. Recuperado el 05 de julio de 2019, de <https://atlasti.com/es/>
- Avalos, Ó. (2019). Gentrificación y su Influencia del Turismo de Masas en el Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit; Caso Sayulita. (J. A. López Sánchez, Entrevistador)
- Baños, A. (2019). Gentrificación y su Influencia del Turismo de Masas en el Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit; Caso Sayulita. (J. A. López Sánchez, Entrevistador)
- Camacho, D. (2018). Gentrificación en el Pueblo Mágico de Sayulita. Programa Verano Delfín 2018. (A. Ramírez Valle, Entrevistador)
- Chapa García, J. B., & García Santiago, O. G. (2018). Gentrificación. En J. Ramírez Plascencia, *Conceptos claves en ciencias sociales. Definición y aplicaciones* (págs. 65-80). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Crespi Vallbona, M., & Mascarilla Miró, Ó. (2018). La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona). *EURE*, Vol. 44. Núm. 133. 1-19.
- De La Cruz Vergaray, L. D., & Rodríguez Reyes, I. R. (2018). *Análisis de la influencia de la gentrificación en el turismo cultural en el distrito de Barranco en Lima-Perú durante el periodo 2010 -2017*. (Tesis de licenciatura) Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- De la Rosa Sánchez, A. (2014). *Bahía de Banderas La Joya deseada por todos y qué hacer para engrandecerla*. Bahía de Banderas, Nayarit: Instituto de Administración Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios, A.C.

- Gómez Encarnación, E. (2007). *Al trochi mochi...El habla cotidiana en los pueblos del Valle de Banderas hasta 1960*. Nayarit: CONACULTA.
- H. X Ayuntamiento de Bahía de Banderas. (2019). *Plan municipal de desarrollo urbano de Bahía de Banderas, Estado de Nayarit*. Recuperado el 15 de julio de 2019, de H. X Ayuntamiento de Bahía de Banderas, Nay. 2017-2021: <https://www.bahiadebanderas.gob.mx/transparencia20172021/D-PLANES%20DE%20DESARROLLO/Plan-MunDesUrbano.pdf>
- Hernández Cordero, A. (2015). *En transformación... Gentrificación en el Casc Antic de Barcelona*. (Tesis doctoral) Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Huízar Sánchez, M. (2018). *Desarrollo local y turismo en la región de Bahía de Banderas*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Huízar Sánchez, M. d., Villanueva Sánchez, R., & Baños Francia, J. A. (2015). *Desigualdad y segregación socioeconómica del turismo en Bahía de Banderas, México*. Recuperado el 15 de julio de 2019, de ResearchGate: [https://www.researchgate.net/publication/309566113\\_Desigualdad\\_y\\_segregacion\\_socioeconomica\\_del\\_Turismo\\_en\\_Bahia\\_de\\_Banderas\\_Mexico](https://www.researchgate.net/publication/309566113_Desigualdad_y_segregacion_socioeconomica_del_Turismo_en_Bahia_de_Banderas_Mexico)
- Márquez González, A. R., & Sánchez Crispín, Á. (2007). Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México. *Investigaciones Geográficas*, núm. 64, pp. 134-152.
- Massé Magaña, M., Zizumbo Villareal, L., & Palafox Muñoz, A. (2018). El megaproyecto de Nuevo Vallarta (México). Desterritorialización y afectaciones ambientales. *Scripta Nova*, Vol. 22. Núm. 582. 1-30.
- Merchand Rojas, M. A. (2012). Desarrollo inter-estatal turístico de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas: México. *Revista Problemas del Desarrollo*, Vol. 168. Núm. 43. 147-173.
- Navarro, A. (2019). Gentrificación y su Influencia del Turismo de Masas en el Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit; Caso Sayulita. (J. A. López Sánchez, Entrevistador)
- Peña, R. (2018). Gentrificación en el Pueblo Mágico de Sayulita. Programa Verano Delfín 2018. (A. Ramírez Valle, Entrevistador)
- Salinas Arreortua, L. A. (2017). ¿Gentrificación latinoamericana? Apuntes para su discusión. *REVISTARQUIS*, Vol. 6. Núm.1. 1-10.

SECTUR. (2016). *Sayulita, Nayarit*. Recuperado el 14 de julio de 2019, de Secretaría de Turismo: <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/sayulita-nayarit/>

SEDESOL. (2013). *Catálogo de Localidades*. Recuperado el 15 de julio de 2019, de Secretaría de Desarrollo Social: <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/contenido.aspx?refnac=180200092>

**(Footnotes)**

- (A) Alfonso Baños.
- (B) Óscar Ávalos.
- (C) Alberto Navarro.
- (D) Daniel Camacho.
- (E) Rodrigo Peña.
- (F) Luis Ángel.

Copyright of Hospitalidad ESDAI is the property of Universidad Panamericana and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.