

Evolución de negocios turísticos en las playas de Isla Mujeres

Un análisis bajo la teoría de Butler

*Ricardo Sonda de la Rosa / Doctor en Administración
rsonda@ucaribe.edu.mx*

*Consepción Escalona Estrada / Maestra en Ciencias
Regina Pérez Barraza / Estudiante de Licenciatura en Turismo
Universidad del Caribe, Cancún, Quintana Roo, México
Departamento de Turismo Sustentable, Gastronomía y Hotelería*

RESUMEN

El artículo a continuación tiene como finalidad comparar el modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos planteado por Butler, con el inventario de los negocios turísticos elaborado a partir de la información obtenida en las playas de Isla Mujeres desde el año 2014 al año 2018. La metodología implementada en esta investigación fue el método de caso, con el objetivo de conocer el desarrollo de los desaparecidos y también de los nuevos giros que se presentaron en las playas de Isla Mujeres. En estas páginas se incluyen los hallazgos en cuanto al crecimiento y la disminución de giros turísticos. De estos hallazgos se concluye, mediante la comparación y el análisis, la etapa de desarrollo con tendencia a consolidación en la que se halla el destino, con el propósito de valorar la estrategia adecuada para un *empreendedurismo* enfocado que permita seguir considerando este destino como uno rentable y fructífero.

Palabras clave: negocio turístico, turismo, Isla Mujeres, Butler.

TOURIST BUSINESSES EVOLUTION ON ISLA MUJERES BEACHES *ANALYSIS UNDER BUTLER'S THEORY*

ABSTRACT

The following article aims to compare the model of life cycle of tourist destinations proposed by Butler, with the inventory of tourism businesses developed from the information obtained on the beaches of Isla Mujeres from 2014 to 2018. The methodology implemented in this investigation was the case method, with the aim of knowing the development of the disappeared and also of the new turns that occurred on the beaches of Isla Mujeres. These pages include the findings regarding the growth and decrease of tourist turns. From these findings is concluded, by comparison and analysis, the stage of development with a tendency to consolidation in which the destination is located, with the purpose of assessing the appropriate strategy for a focused entrepreneurship that allows to continue considering this destination as a profitable one and fruitful.

Key words: tourism business, tourism, Isla Mujeres, Butler.

INTRODUCCIÓN

Richard Butler es profesor emérito de *Stratchclyde Bussiness School*, en Glasgow y duodécimo ganador del premio “Ulises” de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el año 2015. Él formuló la “Teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos”, una de las más usadas para entender el desarrollo económico de los destinos turísticos alrededor del mundo. En ella establece una postura donde describe seis etapas: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento, declive o rejuvenecimiento. Cada una de estas etapas cuenta con características particulares acerca de aspectos políticos, sociales, económicos, naturales y administrativos los cuales dependen de la etapa en la que los destinos turísticos se encuentren.

Es en las variables económico-administrativas, donde la presente investigación ha decidido centrarse, con el objetivo de informar los resultados que se obtuvieron de los inventarios de negocios turísticos 2014 y 2018 de las playas de Isla Mujeres y, a su vez, establecer una comparación con el ciclo de vida de los destinos turísticos que expone Butler (2008). Todo ello, con el fin de atender un problema detectado con anterioridad: no se cuenta con un estudio evolutivo de las actividades económicas que permita ubicar a Cancún en la etapa a la cual corresponde: los tipos y cantidades de negocios formales e informales establecidos no ayudan a observar un emprendimiento orientado a satisfacer con productos y servicios turísticos, las necesidades o expectativas que visitantes, turistas y locales plantean.

En esta investigación se usó la metodología del estudio de caso según Creswell (2012). Se esquematizó el crecimiento, el mantenimiento de las actividades económicas en un determina-

do contexto de tiempo y espacio (las playas de Isla Mujeres). Se utilizaron diversas fuentes de información para describir en detalle el fenómeno social referido y, con el fundamento teórico de Butler sobre los destinos turísticos, determinar la etapa en la que se encuentra Isla Mujeres.

CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

El objetivo de la presente investigación es analizar el desarrollo de las actividades comerciales referidas al turismo en la playa de Isla Mujeres y establecer una comparación entre este y la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler. El artículo pretende responder a interrogantes tales como: ¿cuáles son los giros comerciales que brinda un destino turístico en desarrollo como Isla Mujeres?, y ¿cómo se desarrollan los giros comerciales en un destino de playa? De esta manera, se considerará el problema de administrar nuevos o antiguos giros comerciales que, por intuición, existen, y se sugerirán nuevas estrategias en materia económica.

Diagnosticar destinos turísticos de acuerdo con indicadores sociales, culturales o económicos no es nuevo; la literatura raíz de diagnósticos los podemos encontrar en propuestas históricas como las de Gilbert (1939) hasta Miossec (1977), pasando por Christaller (1964) y Noronha (1976), donde se plasman propuestas que analizan la vida de destinos turísticos. Estas propuestas sostienen que los sitios turísticos devienen por una serie de fases o ciclos a lo largo de su vida; no obstante, la teoría sobre el ciclo de vida de un destino turístico de Butler es, por sí sola, una de las de mayor importancia en el análisis del perfil de los visitantes.

Esta teoría tiene su origen en la teoría propuesta por Dean (1950) sobre el ciclo de vida de un producto en el área de la co-

mercialización, sólo que es adaptada y relacionada con variables inherentes a la industria turística, tales como infraestructura, actitudes, involucramiento de agentes locales, accesibilidad, competencia y, obviamente, la comercialización. Cada una de estas variables posee una serie de características descritas a continuación:

- **Explotación:** Momento en el que pequeños grupos de visitantes se interesan en lo exótico que representa el lugar, debido a sus particularidades naturales y culturales; no existe infraestructura e institucionalización.
- **Implicación:** Iniciativas locales desarrollan una planta turística con una promoción que incrementa el número de visitantes. Surgen emprendedores locales y la administración pública aporta cierta infraestructura.
- **Desarrollo:** El incremento en el número de turistas es notorio. Los negocios turísticos locales se integran con empresas internacionales; mejoran las condiciones de vida de los locales. Se percibe la necesidad de un buen control político regional y nacional.
- **Consolidación:** Se desacelera el crecimiento de visitantes, aunque es creciente. La infraestructura comienza a evidenciar un desgaste natural. Se identifica al destino como un lugar con una economía turismo-dependiente. Se produce un distanciamiento con el entorno geográfico y cultural que lo definía inicialmente.
- **Estancamiento:** Una vez que el destino alcanza un máximo de visitantes que ya no puede superarse, éste deja de estar de moda. Entonces, se intenta la consolidación de un tipo de turismo más conservador; parte de la infraestruc-

tura usada en un principio para fines turísticos es ahora utilizada en otro tipo de negocios. Se observan problemáticas sociales, medioambientales y económicas.

- **Declive o rejuvenecimiento:** El primero de los casos es cuando existe un exceso en la capacidad de carga del destino. La infraestructura se utiliza para actividades diferentes a las turísticas; el destino deja de ser atractivo para los turistas. El rejuvenecimiento se explica como un encauce de los esfuerzos solo a un fragmento específico de turistas interesados en el destino; éste genera un nuevo posicionamiento de mercado.

Así como se expuso, el modelo de vida de destinos turísticos puede usarse como marco de referencia de un modelo teórico para identificar en los destinos evaluados las estrategias que deben ser consideradas para conservar o fortalecer, según sea pertinente, estrategias de gestión administrativa en la productividad de sus indicadores económicos comerciales.

MÉXICO, QUINTANA ROO E ISLA MUJERES COMO SUJETO DE ESTUDIO

En los primeros meses del 2018 el ingreso neto de dólares lo obtuvo la industria automotriz con 11,095 millones de dólares, seguida por las remesas familiares que ascendieron a 4,415 millones de dólares y en tercer lugar el sector turístico con un ingreso de 2,090 millones de dólares; sucedidas por las exportaciones petroleras, con 2,896 millones de dólares (El Financiero, 2019). Cuando se hace referencia a los ingresos por concepto de turismo, es imperante matizar las fuentes de donde estos recursos son obtenidos,

y debido a la importancia de esta fuente en los ingresos del país, se concluye que es un tema que amerita estudiarse.

Aunque en un mundo globalizado el turismo aún no es considerado como la industria más importante, de manera regional es el motor de desarrollo para estados o regiones, como el caso de los centros integralmente planeados establecidos en la década de los 70 en México. En éstos, el turismo tuvo una derrama económica muy importante al cierre del 2017. Tal es el caso de Loreto, 43.1 mmd; Huatulco, con 41.5 mmd; Ixtapa, con 102.8 mmd; Nayarit, 469.5 mmd; Los Cabos, 1,250 mmd. En Cancún, que se ha distinguido por ser un destino con una derrama superior a los 5,000 mmd, sólo en el periodo de enero-diciembre 2017, se generaron 5,018 mmd. En el periodo de enero-agosto 2018 Cancún llevaba un acumulado de 3,609 mmd (SECTUR 2019).

Las reflexiones sobre el desarrollo de indicadores económicos en destinos turísticos plantean la necesidad de generar indicadores específicos turísticos. El cierre del año 2017 representó para Cancún 4.7 millones turistas, con porcentajes de ocupación del 77.7% en sus 35,272 habitaciones, reportando una estancia promedio de 5.2 noches a lo largo de sus 23.3 km de playa en zona hotelera. Para el caso de Isla Mujeres, en el cierre del 2017 fueron registrados 505,911 turistas, generando una ocupación hotelera anual de 65.6%, con un inventario de 3,724 cuartos con una estancia de 1.4 noches de hotel (SEDETUR 2019).

Una vez comprendida la adecuada selección de los indicadores turísticos que hacen considerar al destino Isla Mujeres como exitoso, debemos revisar el origen de éstos. Desde el nacimiento del Estado de Quintana Roo, el 8 de octubre de 1974, este Estado siempre se ha caracterizado por estar favorecido: cuenta con al-

gunas de las más bellas playas de la República Mexicana, mismas que le han permitido posicionar sus destinos turísticos entre los mejores de México (Ayuntamiento Benito Juárez, 2019). Isla Mujeres fue descubierta en el año 1517 por Francisco Hernández de Córdova, quien encontró que en tiempos prehispánicos la isla estaba consagrada a la diosa maya de la fertilidad Ixchel y al observar estas figuras la bautizaron como Isla Mujeres.

Isla fundada por pescadores, indígenas mayas y piratas en la Guerra de Castas tiene su consolidación como asentamiento comunitario a inicios del siglo XIX. Ubicada a 20 minutos de Cancún vía ferry, Isla Mujeres encontró su potencial turístico en la década de los sesenta y junto con Cancún inició su proyección turística a mediados de esta década. Pueblo pequeño con playas tranquilas ubica su segmento de mercado en los viajeros deseosos de encontrar descanso en lugares paradisíacos donde el buceo y el *snorquel* son las actividades más demandadas por los visitantes.

Todo investigador o gestor del conocimiento encuentra diversas fuentes de información antes de iniciar la suya. Tal es el caso de Isla Mujeres, ya que toda esta infraestructura social y turística ha sido objeto de estudio, censos, conteos e inventarios a lo largo del tiempo en diversos sentidos. Isla Mujeres se nombra como un destino en etapa de desarrollo, sin embargo, no se cuenta con un inventario de los negocios turísticos en sus playas que pueda ejemplificar el tan llamado desarrollo y más aún, un comparativo de otros destinos turísticos en crecimiento o en declive para comparar proyectar o anticipar los segmentos de mercado, tipología de turistas que den como resultado una gestión comercial pertinente y preparada para los contextos en los que se encuentre.

MARCO TEÓRICO

Los estudios realizados hasta el momento habían aportado vasta información vinculada con el aspecto económico; sin embargo, rápidamente aparecieron nuevos aspectos procedentes de necesidades distintas. En el año 2011, se realizó un inventario de infraestructura en Cancún: la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente contrató a la Universidad del Caribe para realizar un conteo detallado del número de cuartos existentes en la zona hotelera de Cancún. Este conteo arrojó los siguientes resultados: existían 22,843 cuartos, de los cuales 6,539 pertenecen a hoteles de plan europeo; 12,770 a hoteles todo incluido y 3,534 a hoteles mixtos (Puls, 2013). De acuerdo con la Secretaría de Turismo del Estado, en los últimos años se ha sobrepasado el 80% de ocupación anual (SEDETUR, 2018).

Los agentes actores en las playas son diversos: administraciones municipales, estatales, federales, privados y públicos. Indudablemente, ellos conforman un elemento primordial en una producción turística. Por esta razón, cada destino de playa debe contar con una adecuada gestión de su recurso para mantener una ventaja competitiva efectiva, con equilibrio y sustentabilidad, respecto a otros destinos turísticos. La buena gestión de este recurso condicionará la marcha del negocio turístico, su calidad y permanencia en el tiempo (Yepes 1999).

Por lo tanto, se puede definir que los espacios llamados “playas”, en múltiples ocasiones se desarrollan como fuente de ingresos para la industria turística (ITIVA 2015). Es en este sentido que la existencia y aumento de cuartos de hotel y departamentos vacacionales provocan el establecimiento de más y nuevos negocios complementando, de esta manera, el producto turístico de Can-

cún: restaurantes, kioscos para venta de *tours*, *spas*, arrendadoras de autos, tiendas de conveniencia, entre otros. En resumen, la gestión y ordenación, así como la incuestionable atracción del espacio “playa”, junto con el innegable deseo de planificación de su uso, ha estimulado el estudio de lo que sucede en esos espacios.

Las diversas investigaciones relacionadas con “playa” exigen la realización de un recorrido de fuentes primarias que nos conducen a los principales hábitos y costumbres de quienes hacen uso de ella, los turistas. En el año 1995, el Instituto Turístico de Valencia compartió los siguientes datos: los turistas pasan entre 3 y 5 horas al día en la playa. El 78% de los encuestados piensa que estar en la playa constituye el ideal de sus vacaciones; el 73% considera que la relajación y el descanso es igual de importante que tomar el sol en la playa. Todo lo anterior verifica la trascendencia de la playa como motivación turística.

En un estudio realizado por *American Coastal Coalition* acerca de las playas en los Estados Unidos de América, se establece que tan sólo las zonas costeras de éste representan una quinta parte del territorio de ese país. Se advirtió que en el año 1997 se generaron más de 185 billones de dólares y se generaron poco más de 2.7 millones de trabajos directos. Los visitantes de las playas del estado de Florida gastan 11 billones de dólares –sólo en el área de Miami, 2 billones anuales– y esta cifra ha aumentado al doble en la última década (Marlowe, 1999).

Considerar al espacio “playa” como un elemento productivo, significa visualizarlo como la sumatoria de esfuerzos económicos, culturales y sociales de los eventos que suceden en él, para conocer el punto de vista del negocio turístico en las playas de Isla Mujeres. Con este objetivo, en el año 2014 se realizó la investigación “La playa como uso de negocios turísticos en Isla Mujeres” (Sonda,

2014), desarrollada por investigadores del departamento de Turismo Sustentable y Gestión Hotelera de la Universidad del Caribe. En dicha investigación se dio a conocer cuáles eran los negocios turísticos que se estaban operando en las playas de Isla Mujeres, donde se determinaban los conceptos “playa” y “negocios turísticos”. Como resultado, se elaboró el inventario de actividades económicas formales e informales, grandes, medianas, pequeñas y micro, corporativos y familiares en la zona de playas.

En el año 2018 fue investigado el fenómeno de evolución de los negocios turísticos de las playas de Cancún, un estudio comparativo de los años 2014 y 2018 publicado en RICIT (Sonda, 2018). Utilizando la misma estrategia metodológica para poder medir los indicadores comerciales y contrastarlos en un periodo de tiempo a manera de comparación para la toma de decisiones y una más con las playas de la Isla de Holbox (Sonda, 2018) como parte de la investigación del Cuerpo Académico de la Universidad del Caribe REPANET.

En general, el término “playa” es una noción empleada de manera concreta en un entorno turístico; al mencionarlo, rápidamente se visualiza una imagen de mar, sol y arena. No obstante, es importante puntualizar que, en realidad, no se está hablando de playas sino de un conjunto de objetos que ofrece un destino (Bejarano, 2008). Sin embargo, esos imaginarios son contruidos por los medios de comunicación masivos (Crosby, 2009). La investigación del 2014 tomó como referencia del concepto “playa” la propuesta por González, quien la define como: las playas son acumulaciones de sedimentos depositados por las olas y las corrientes en las zonas costeras (González, 2012).

Puede hablarse del término playa desde un punto de vista teórico, donde se pueden diferenciar varios elementos morfoló-

gicos: 1. Ante playa, zona siempre sumergida, en la que pueden distinguirse otros elementos topográficos menores formando barras y depresiones, 2. Playa baja, parte que queda sumergida en cada pleamar, que presenta también un conjunto de bancos y zonas deprimidas en las que permanece el agua durante el reflujó e incluso la bajamar, 3. Playa alta, en la que cabe distinguir entre las bermas, o pequeños resaltes escalonados y el propio cordón litoral, de mayor altura.

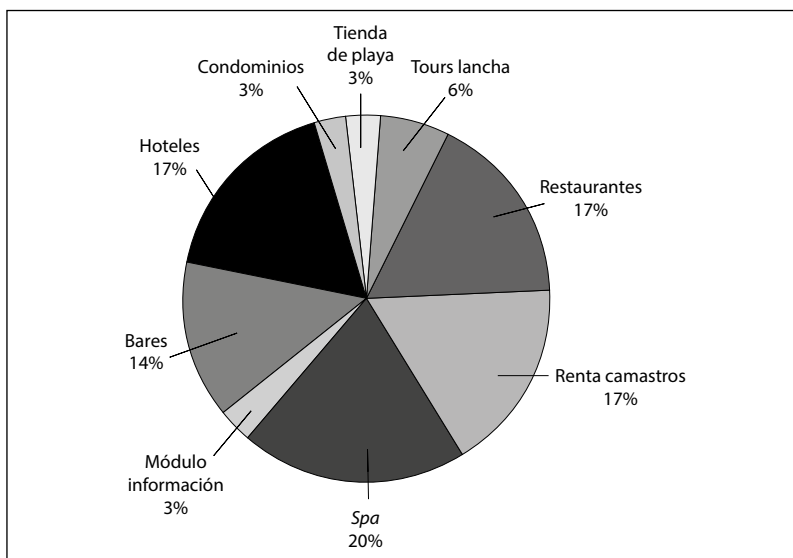
Si continuamos con las definiciones de las variables usadas en la presente investigación, “negocio” se entiende como el área de oportunidad que se convierte, mediante elementos estratégicos de acciones o planes, bajo premisas de productividad integrada de diversos factores (Naime, Núñez y Rodríguez, 2010). Se tomó la definición de Díaz para la variable “negocio”: donde se hace un trabajo con el fin de percibir un beneficio y éste puede ser lucrativo, existiendo diferentes maneras de hacerlo por el número de actividades diferentes o parecidas entre unos y otros (Díaz, 2007).

Para entender el significado de “negocio turístico” se tomó la definición del investigador De la Torre, quien describe el concepto “negocio turístico” como toda aquella ocupación que realiza un individuo o empresa encaminada a obtener un beneficio de tipo económico con un giro que satisfaga una necesidad de un turista o visitante (De la Torre, 2003). La palabra negocio tiene su origen en el latín *nec* y *otium*. Se llama negocio a la serie de actividades que permite obtener un beneficio económico basado en la entrega de bienes y servicios como contraparte. Con el objetivo de mejorar los ingresos y reducir los costos, un negocio lleva a cabo un proceso de reestructuración para volverse más eficiente en una industria turística.

Desde un punto de vista científico y considerando la definición de los conceptos “playa” y “negocio turístico” seleccionados para realizar esta investigación, se procedió al levantamiento de la información, su análisis y la presentación de resultados originados en la primera investigación del 2014 de la siguiente manera.

En ese momento, la figura 1 indica que los principales giros de negocios turísticos eran los *spas*, hoteles, renta de camastros y los restaurantes. Teniendo en cuenta todo lo expuesto, esta investigación, efectuada en el 2014, replicó la metodología en el mismo espacio, aunque en diferente momento, para conocer la evolución –incremento o reducción– de los negocios turísticos en beneficio o no de propios y extraños en la playa de Isla Mujeres en los últimos años.

Figura 1: Resultados inventario Negocios Turísticos Isla Mujeres 2014.



Fuente: Elaboración propia con datos de investigación negocios turísticos 2014.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Toda investigación científica debe desarrollar una metodología que justifique la forma de abordar un objeto de estudio originado por una problemática en un contexto determinado (Ramírez, 2010). Al ser un inventario, el enfoque del ejercicio debe ser de carácter cuantitativo –también conocido como investigación cuantitativa–, pues se basa en números para analizar y comprobar información. Los datos que se obtienen a través de este tipo de investigación son base de la reflexión que compara y contrasta realidades desde un punto de vista económico y social (Szilasi, 2017).

Para esta investigación, el método seleccionado fue el estudio de caso: se visita el lugar determinado y se registran los fenómenos sociales y culturales por medio de la observación y participación directa en la vida social del caso. Este método permite realizar un análisis específico de una situación y compararlo con una postura teórica que permita interpretar un interés en conjunto (Simons, 2011).

Esta investigación tiene una característica complementaria: es de carácter longitudinal, o sea, se desarrolla observando un periodo de tiempo, comparándolo con otro periodo de tiempo, encontrando hallazgos y registrándolos (Shuttleworth, 2012). Para ello, el primer inventario se realizó en el 2014, se repitió en el 2018 y se contrastó con la postura teórica de Butler.

En una investigación de estudio de caso, los medios que se utilizan para aproximarse al objeto de estudio en busca de información se denominan “instrumentos de investigación”. Según Silverman, existen cuatro instrumentos de investigación: la observación, el análisis textual, las entrevistas y las transcripciones;

ya se usen de manera individual o en combinaciones son tanto eficientes como eficaces (Silverman, 2006).

La técnica usada para recolectar datos fue la observación. Ésta consistió en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamientos y acciones de las personas u objetos, tal y como las realizan de manera habitual (Ríos, 2006). Se establecieron cuáles serían las variables dependientes –como la playa–, y las independientes –el negocio turístico y ubicación–, tal como lo explica Sánchez en función de otros elementos, los factores susceptibles de explicar del sujeto de estudio (Sánchez 2001).

Se comenzó la estrategia metodológica con la revisión de literatura relacionada con los estudios previos de los negocios turísticos de playas de Isla Mujeres del año 2014. Se invirtió tiempo para informarse acerca de avances e investigaciones recientes vinculadas con el sujeto de estudio; se hizo un trabajo de gabinete extenso el cual permitió realizar el encuadre y confirmar la estrategia de campo que fue la misma realizada en la primera investigación.

La estrategia en campo consistió en hacer un recorrido por la zona de playa de Isla Mujeres conservando el mismo espacio de la investigación del 2014, registrando y fotografiando toda actividad denominada negocio turístico partiendo por poco más de 6 km; iniciando del embarcadero turístico y hasta Playa Norte. Para realizar esta actividad el investigador llevó una cámara y una lista en donde fueron registrando los hallazgos durante el recorrido. Cabe hacer mención que fue seleccionada la misma temporada, el mismo mes y en el mismo horario que hace 4 años atrás en que se realizó el primer levantamiento de información, para con esta estrategia poder hacer el análisis comparativo de una manera más puntual.

La fuente primaria de datos fue la observación, ya que se realizó físicamente la recolecta de datos para poder documentarla,

caminar los poco más de 6 kilómetros registrando toda aquella actividad comercial, formal o informal, micro, mediana o grande, en la ante playa, playa baja y playa alta. Una vez con la información, se utilizaron las fuentes secundarias, la investigación pasada del año 2014, así como diversos diccionarios y sitios web gubernamentales de lo Federal a lo Estatal y Municipal.

Una vez con la información levantada, se realizó trabajo técnico para elaborar el establecimiento de categorías, análisis de resultados, interpretación de los mismos con las siguientes clasificaciones: *Spas*, hoteles, restaurantes, renta de camastros, bares, *tours* de lancha, condominios, tienda de playa, módulo de información, y joyería.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el cuadro 1, se presentan los resultados obtenidos en la recolección de datos 2014 y los datos de la recolección 2018.

De acuerdo con la investigación existen ocho giros de negocios turísticos que se incrementaron, dos que se mantuvieron y uno nuevo. La venta de *tours* en lanchas fueron los que tuvieron mayor incremento, de 2 a 10 locaciones, donde en pequeños kioscos se comercializan paseos alrededor de la Isla, ya sea por persona o por embarcación completa, por un par de horas o por un día completo, con servicios básicos o con comida y actividades incluidas. El crecimiento de este giro tiene razón debido al tipo de turista que hace uso de esta actividad; turistas que en su mayoría están hospedados en Cancún y cruzan a Isla Mujeres para realizar una actividad cercana de un día completo.

Paralelo al negocio anterior, se encuentran las tiendas de playa, que suman actualmente 4 en la zona de estudio. En estas

Cuadro 1. Cuantificación de negocios turísticos 2014-2018.

Negocio turístico	2014 Cantidad	2018 Cantidad	Evolución	
Spas	7	10	↑	43%
Hoteles	6	12	↑	100%
Restaurantes	6	21	↑	250%
Renta Camastros	6	20	↑	234%
Bares	5	10	↑	100%
Tours lancha	2	10	↑	400%
Condominios	1	1	↔	0%
Tienda de playa	1	4	↑	300%
Módulo información	1	1	↔	0%
Joyería	0	1	+	
Total	35	90	↑	157%

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

tiendas pueden encontrarse cualquier tipo de artículos que los visitantes necesiten, bebidas, bloqueadores, flotadores, lentes, entre otros. Estas tiendas ubicadas en las playas tienen gran movimiento de mercancías pues se encuentran a la mano de los visitantes.

Otro giro en crecimiento durante el periodo son los restaurantes que representó un crecimiento del 250%. Este tipo de establecimientos de venta de alimentos en su mayoría no son grandes y en muchos casos solo son puntos de venta y no lugares donde se preparan y cocinan alimentos. Otro giro que se vio desarrollado es la renta de camastros, si bien las playas de Isla Mujeres son muy amplias –más de 20 metros– estas son utilizadas por personas que obtienen una concesión para uso de playa y rentan camastros a los visitantes. Este giro de negocio tuvo un incremento muy sig-

nificativo en el periodo y se estima que seguirá incrementándose por lo rentable del giro y la inversión mínima que se requiere.

El crecimiento en el caso de los hoteles y los bares no son la excepción, en ambos casos duplicaron su presencia en la Isla, el crecimiento en habitaciones y en centros de bebidas son características inequívocas de un destino en desarrollo como lo menciona Butler. Una anotación especial de estos giros es que en el caso de los hoteles, fueron construidos en lotes baldíos y donde los accionistas invirtieron recursos para habilitarlos e incrementar la infraestructura hotelera de la ínsula, y en esa misma medida, cada hotel habilitó en su playa un centro de consumo con bebidas independiente pero del mismo propietario.

El negocio turístico de masajes en la playa también tuvo un incremento moderado. Cabe hacer mención que este giro de negocios trabaja en la informalidad. Son toldos habilitados de manera improvisada donde existen camas para masajes en las que mediante el pago de una cantidad, el turista puede tomar un masaje con una terapeuta que en ningún momento muestra una certificación, habilitación o diplomatura para ejercer este oficio.

Existen iniciativas para regularizar este giro, donde las certificaciones de los terapeutas deberán estar a la vista del turista para garantizar que quien esté dando un servicio de masaje cuente con los conocimientos para tal efecto y evitar cualquier tipo de contracturas o lesiones, al no aplicar de manera correcta la técnica que se contrató.

Existen dos giros que se mantuvieron, el caso del condominio que aún sigue rentando departamentos en la zona de playa y el módulo de información patrocinado por el ayuntamiento de Isla Mujeres. Lo que sí existió y es interesante de comentar es la creación de un nuevo giro, el de una joyería fina. Este giro, es muy

representativo de un destino en desarrollo, pues como ha sido el caso de Cancún y de Cozumel las grandes marcas de joyas exhiben su mercancía para ser adquirida por los visitantes con alto poder económico, abarcando de esta manera también dicho segmento de mercado.

En general, el incremento porcentual de negocios turísticos en el periodo comprendido del 2014 al 2018 fue de un 157% con las variaciones ya descritas confirmando que el destino Isla Mujeres es un destino en desarrollo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Uno de los puntos primordiales de la actividad turística es la playa; constituye, por sí misma, un satisfactor a las numerosas expectativas de los visitantes. Por sus propias características cuantitativas y cualitativas, responde a una interacción entre los diferentes sectores, la cual debe ser administrada con una gestión global para que los destinos turísticos alcancen el éxito.

En el presente artículo se corrobora el incremento anual en el número de visitantes en Isla Mujeres, mismo que ocasiona el crecimiento constante de los negocios turísticos y el hecho de que la variedad y la innovación sea una característica diaria para poder satisfacer las expectativas y necesidades de turistas nacionales e internacionales. En sus segmentos más prioritarios –hospedaje y alimentación– se logra con emprendimientos estratégicos, sin olvidar los complementarios como diversión, relajación y compras, los que complementan las estancias de los turistas y forjan al destino turístico más atractivo para los visitantes de Isla Mujeres.

Los descubrimientos más importantes de esta investigación se basan en el conocimiento y análisis de los negocios turísticos

en las playas, y la relación que se establece con la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos. Se confirma, de acuerdo con las variables económicas, la ubicación del destino en la etapa de desarrollo de acuerdo a la Teoría de evolución de destinos turísticos de Butler. A partir de esta conclusión, se recomiendan estrategias de emprendimiento dirigidas no solo a consumidores presentes sino también a consumidores futuros. Los canales para comercializar deberán ser replanteados; también la promoción de los productos y servicios que se brindan, considerando el origen de quienes operan dichos giros comerciales. Es conveniente observar destinos en declive para conocer su pasado y no repetirlo.

En las playas del estado de Quintana Roo, los negocios turísticos han representado el éxito económico de varias industrias, negocios de gran diversidad y con diferentes giros que van desde negocios familiares con décadas de existencia; hasta los informales, eventuales y esporádicos. Todo negocio concebido como tal, donde existe un servicio o un producto proporcionados por personas, y un huésped o cliente y que paga por ello, debe ser considerado para entender el fenómeno turístico –y, por ende, tomar decisiones correctas–, desde lo formal a lo informal, desde lo político a lo económico, de lo privado a lo público.

Desde una perspectiva general, se puede notar que durante el año 2018 aumentó la mayoría de los negocios a lo largo de las playas de Isla Mujeres, solo dos se mantuvieron y hubo una nueva creación con los que se satisface la demanda del segmento de mercado visitante de Isla Mujeres. Esta es, de acuerdo con Butler, una característica típica de la etapa de “desarrollo”.

Es de destacar que, aunque hubo un crecimiento general de negocios turísticos, aunado a la virtualización de grandes cadenas de la zona hotelera, éstas arrancan giros turísticos intentan-

do abarcar los mayores ingresos posibles a través de la venta de alimentos y bebidas, tiendas de recuerdos y actividades; todo, para mantener un cliente cautivo (huésped) y un cliente eventual (visitante que pasa por la playa frente al hotel y consume o hace uso del negocio turístico): un típico ejemplo de la tercera etapa de Butler.

La reflexión del modelo teórico del artículo aclara la realidad de un destino poseedor de negocios establecidos y consolidados. No obstante, también se perciben indicadores correspondientes a la cuarta etapa de la teoría Butler: la de consolidación en giros como hotelería y restaurantes, mismos que deben ser capitalizados en este momento.

A modo de crítica teórica se considera que los negocios turísticos encuentran su razón de ser en la demanda de los visitantes que llegan a Isla Mujeres. Estos visitantes son quienes hacen uso de los servicios que necesitan y que encuentran ofrecidos en las playas de la isla, servicios correspondientes a un segmento generalizado de un mercado en desarrollo que ya rebasó la etapa de Implicación.

Con esta investigación, se pudo reconocer el desarrollo de los negocios turísticos en Isla Mujeres, así como también relacionarlos con la etapa de desarrollo con tendencia a consolidación de negocios –desde el micro, pequeño, mediano y grande– los cuales satisfacen a los visitantes con sus productos o servicios de calidad. Este desarrollo observado debe considerarse para en un futuro no muy lejano entrar a la etapa de “Consolidación”. El éxito de estos negocios turísticos es la clave para que estos espacios denominados playa sean usados de la manera adecuada, con emprendimiento dirigido y no explotados de manera indiscriminada. Es necesario demostrar que es viable una gestión y

operación sustentable que permita seguir exaltando las playas del Estado de Quintana Roo como una de las mejores de todo México y el mundo.

FUENTES DE CONSULTA

- Ayuntamiento de Benito Juárez. (2019). *Cumple Contigo*. Recuperado el 12 enero del 2019, de <http://cancun.gob.mx/visitantes/informacion-turistica>
- Bejarano R. (2008). *Vegetación y paisaje*. Madrid, España: Universidad de Sevilla.
- Butler, R. (2008). *The concept of a tourism area cycle of evolution*. Canada geographer.
- Crosby, A. (2009). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales naturales*. Madrid, España: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.
- Creswell, J. (2012). *Inquiry and research design choosing among five traditions*. USA. SAGE Publications. International Educational and Professional Publisher.
- Christaller, W. (1964). *Some considerations of tourism location in Europe: The peripheral regions -Underdeveloped countries- Recreation Areas*. England: Papers in Regional Science
- De la Torre, O. (2003). *El Turismo fenómeno social*. México: Fondo de cultura económica
- Díaz, M. (2007). *Negocios Internacionales*. Madrid, España: Ediciones pirámide
- Dean, J. (1950) *Pricing policies for new products*. USA: Harvard business review.
- El Financiero. (2018). *Mercados*. Recuperado 27 de mayo de 2019, de: <https://www.elfinanciero.com.mx/mercados/estas-son-las-principales-fuentes-y-salidas-de-dolares-en-mexico-al-inicio-del-2018>
- Gilbert, E. (1939). *The growth of the island and seaside health resort in England*. Scottish Gerographical Magazine.

- González, F. (2012). *Diversificación II Ámbito Científico - Tecnológico*. México: Editex
- ITVA (2015). *Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana*. Directrices Generales. Valencia, España: Ed. Institut Turistic Valencia.
- Marlowe, H. (2009) *Assessing the economic benefits of America's coastal regions*. Florida, USA: Industry-Driven Changes and Policy Respond.
- Miossec, J. (1977). *Un modèle de l'espace touristique*. Francia: L'espace géographique.
- Naime, V, Núñez, M. y Rodríguez, C. (2010). "Aplicación de la técnica AHP para evaluar el efecto de los valores organizacionales en la productividad". Dirección y Organización, Núm. 41, Julio 2010.
- Noronha, R. (1976). Review of the sociological literature on tourism. New York: World Banck
- Puls, S., Ramírez, J., Sonda, R. (2013). *Características para la futura oferta de alojamiento turístico en Cancún, México* Redalyc. Recuperado el 30 de mayo de 2018, de: <http://www.redalyc.org/html/1807/180729920006/>
- Ramírez, M. (2010). *Modelos de enseñanza y método de casos*. Ciudad de México, México: Trillas.
- Ríos, R. (2006). *La construcción de la identidad organizacional en la reapropiación de modelos. El caso del CIESAS*. México: Tesis de doctorado. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Sánchez, R. (2001). *La observación participante como escenario y configuración de la diversidad de significados*. México: Porrúa.
- SECTUR. Secretaria de Turismo. Recuperado 28 de Mayo del 2019, de: <https://datos.gob.mx/busca/dataset/estadisticas-de-actividad-turistica-en-los-cips-y-ptis-destinos-de-fonatur/resource/e5f17a49-82ae-4c77-b10e-44b9b86f99a5>
- SEDETUR. Secretaria de Turismo de Quintana Roo. Recuperado 2 febrero de 2019 de: <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/2017/Indicadores%20Tur%20-%20Enero%20-%20Septiembre%20%202016.pdf>
- Simons, H. (2011) *El estudio de caso: Teoría y Práctica*. España: Morata
- Sonda R., Escalona C. Pérez R. (2018). *Evolución de los negocios turísticos*

- en las playas de Cancún. Un análisis bajo la teoría de Butler.* Revista Administración y Organizaciones (ISSN: 1665-014X); Número 40 Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. Disponible en: <https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/issue/view/3/RAyO%20No.%2040> Pág. 245-263
- Sonda R., Escalona C. Perez R. (2018). *Evolución de los negocios turísticos en las playas de Holbox, Quintana Roo. Un análisis bajo la teoría de Butler.* Revista Ide@s CONCYTEG Estudios organizacionales en el sector turismo. Año 13, Septiembre 2018. No. 199 (ISSN:2007-2716). Universidad de Guanajuato Página 3 a la 15. Disponible en: <http://sices.guanajuato.gob.mx/resources/ideas/ebooks/199/#/>
- Sonda, R., Escalona, C., & Morales, R. (2014). *La Playa como uso de Negocios Turísticos en Isla Mujeres.* Cancún: Universidad del Caribe.
- Shuttleworth, M. (2012). Obtenido de Explorable: <https://explorable.com/es/estudio-longitudina>
- Silverman, D. (2006). *Interpreting qualitative data.* Londres, United Kingdom: Sage Publications.
- Szilasi, W. (2017). *Introducción a la fenomenología de Husserl.* Madrid, España: Amorrortu Editores.
- Yepes, V. (1999). *Las playas en la gestión sostenible del litoral.* Cuadernos de turismo. México Redalyc. Recuperado 12 Noviembre 2018 de: <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=39800406>

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.