



Turismo y Sociedad

ISSN: 2346-206X

ISSN: 0120-7555

Universidad Externado de Colombia

Flores-Gamboa, Silvestre; Marino-Jiménez, Juan
Pablo; Santiesteban, Martín León; Liz, Andrea Del Pilar
PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD DEL TURISMO EXTRANJERO QUE
ARRIBA EN CASAS RODANTES A PLAYAS DE MAZATLÁN (SINALOA)*
Turismo y Sociedad, vol. 19, 2016, Julio-Diciembre, pp. 97-119
Universidad Externado de Colombia

DOI: 10.18601/01207555.N19.06

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576265105006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH  redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

SILVESTRE FLORES GAMBOA
 Doctorado en Gestión del Turismo, Universidad de Occidente.
 [silver@uas.edu.mx]

JUAN PABLO MARIÑO JIMÉNEZ
 Doctorado en Gestión del Turismo, Universidad de Occidente.
 [jupamarino@gmail.com]

MARTÍN LEÓN SANTIESTEBAN
 Doctorado en Gestión del Turismo, Universidad de Occidente.
 [martin.leon@udo.mx]

ANDREA DEL PILAR LIZ
 Docente catedrática de la Universidad del Tolima.
 Administradora de Empresas de la Universidad del Tolima.
 Magister en Docencia por la Universidad de La Salle.
 Estudios en la Especialización en Métodos de Análisis Demográfico, Universidad Externado de Colombia.
 [adpliz@ut.edu.co]



PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD DEL TURISMO EXTRANJERO QUE ARRIBA EN CASAS RODANTES A PLAYAS DE MAZATLÁN (SINALOA)¹

SECURITY PERCEPTION OF FOREIGNERS WHO TRAVEL IN HOUSE TRAILERS AT MAZATLAN BEACHES (SINALOA)

¹ Fecha de recepción: 23 de abril de 2015
 Fecha de modificación: 14 de agosto de 2015
 Fecha de aceptación: 21 de octubre de 2015

Para citar el artículo: Flores, S., Mariño, J., León, M. y Liz, A. (2016). Percepción de seguridad del turismo extranjero que arriba en casas rodantes a playas de Mazatlán (Sinaloa). *Turismo y Sociedad*, XIX, pp. 97-119. DOI: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.06>

Resumen

El presente artículo recoge la percepción de seguridad que tienen los visitantes que viajan en casas rodantes y se hospedan en establecimientos conocidos como *trailer parks* en las playas del puerto de Mazatlán, principal destino turístico en el estado de Sinaloa (México). Además, se recopila información sociodemográfica y económica de los respondientes por medio de la aplicación de un cuestionario como instrumento de recolección de datos. Así mismo, se realizan correlaciones para demostrar la asociación entre quienes cambian sus planes de viajes en respuesta a las advertencias realizadas por el gobierno del país de origen, sean estos de EE. UU. y/o de Canadá. Entre los resultados es posible identificar la estadía y el gasto promedio diario y mensual, también elementos que inciden en su decisión de viaje. Finalmente, se analiza el papel que juega la seguridad en algunos sitios de atracción turística dentro del destino, así como en los servicios de transporte, sus playas e impresiones acerca de las alertas de viaje que emiten autoridades de Gobierno estadounidenses y canadienses.

Palabras clave: *Snowbirds*, seguridad, *trailer parks*, alertas de viaje.

Abstract

This article describes the security perception of visitors traveling in RVs who stay in establishments known as trailer parks in the port of Mazatlan, main tourist destination of the state of Sinaloa (Mexico). In addition, socio-demographic and economic information of respondents is collected through a questionnaire as an instrument of data collection. The association between those who change their travel plans in response to the warnings given by the government of the country of origin, whether US and / or Canada was also studied. Among the results it is possible to identify stay and daily and monthly average spending also elements that influence their travel decisions. Finally, the role of security

in places of tourist attraction in the destination, as well as transport services, beaches and impressions about that issue travel alerts US authorities and Canadian government is analyzed.

Keywords: Snowbirds, security, trailer parks, travel warnings.

Introducción

El negocio relacionado con los viajes y el turismo representa una alternativa económica de gran importancia para cualquier nación del mundo. De acuerdo con información publicada por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2014, p. 2), esta actividad aporta el 9 % del PIB (producto interno bruto)² a nivel internacional, genera uno de cada once empleos y representa el 6 % de las exportaciones mundiales, cuyas cifras equivalen a un total de 1,4 billones de dólares en exportación. En lo relativo al movimiento de personas, a pesar de diversos problemas sociales y económicos en algunos países, es un rubro que también ha mostrado crecimiento constante, pues ha llegado a cuadruplicarse en un período de 64 años, pasando de 25 millones de turistas internacionales en 1950 a 1.087 millones registrados en 2013. De hecho, este último ejercicio representó un 5 % de aumento en comparación con el año anterior, y se estima que dichas cifras seguirán incrementándose, al grado de alcanzar los 1.800 millones de turistas internacionales para 2030.

Ante este constante ir y venir de personas alrededor del mundo, apoyadas por el avance tecnológico de los medios de comunicación y de transporte, en la actualidad es posible observar distintas formas de viaje, ya sea por vía marítima, aérea o terrestre. Dentro de esta

última línea existe una forma muy particular de hacer viajes: en casas rodantes o vehículos recreativos (RV, *recreational vehicle*, por su significado en inglés), actividad de gran importancia para numerosas regiones en el mundo, pero cuyos alcances han sido poco estudiados y valorados en el escenario mexicano, especialmente dentro del estado de Sinaloa, donde Mazatlán no solo se destaca como su principal destino turístico, sino que también alberga año tras año a turistas de este segmento en forma numerosa.

No obstante, los viajes terrestres de este tipo de vehículos no han estado exentos de problemas de índole económica y social específicamente relacionados con el fenómeno de la inseguridad. De hecho, en una etapa reciente circunscrita al primer lustro de la segunda década del siglo XXI, México, como nación, y una parte importante de sus ciudades y destinos turísticos han manifestado diferentes problemas relacionados con la pérdida de seguridad y el incremento de la violencia, que van desde el debilitamiento de la imagen y la percepción negativa sobre el destino, hasta un aumento paulatino de incidencia delictiva manifestada mediante diversos delitos. Esta última situación ha incidido en la contracción de los flujos de viajeros en diversos segmentos, actividades e indicadores turísticos y económicos y, por ende, en el detrimento de la competitividad³.

En lo concerniente al estado de Sinaloa, esta es una región que cuenta con diversos destinos turísticos que en diversas etapas han

² De acuerdo a la OMT, dicho indicador es resultado del involucramiento integral del PIB en su efecto directo, indirecto e inducido.

³ A partir de 2009, el sector turístico mexicano entró en una etapa de dificultad considerada como la "peor crisis en su historia, como producto de la triple combinación entre una exacerbada situación crítica derivada de la inseguridad y la percepción asociada con esta en los mercados, la recesión económica global y la epidemia de influenza AH1N1" (Madrid Flores, 2012, p. 40). Producto de esta crisis, las pérdidas registradas en el sector turístico en 2009 superaron los 8.000 mdd (millones de dólares), mientras que en 2010 fueron 3.700 mdd y en 2011 fueron 2.500 mdd, respectivamente (Madrid Flores, 2012, pp. 40-41).

luchado por contrarrestar la imagen negativa o violenta, sobre todo cuando la prensa divulga actos del crimen organizado relacionados con el narcotráfico, o bien, por los avisos y las alertas de seguridad emitidos por Estados Unidos y Canadá, las dos principales naciones emisoras de turismo extranjero tanto en México, en general, como en la región sinaloense, en particular.

Ante este panorama, resulta interesante conocer la percepción al respecto de los turistas que se trasladan en carretera en sus vehículos recreativos por los distintos caminos de Sinaloa como parte de su trayecto, estancia y posterior camino hacia otros destinos. Otras incógnitas que motivan el presente estudio son las siguientes: ¿consultan los turistas extranjeros las alertas emitidas por autoridades de gobierno de su país de origen?, ¿influyen estas alertas en sus planes de viaje?, ¿cómo se percibe el nivel de seguridad en los caminos y carreteras de Sinaloa?, ¿es Mazatlán un destino seguro?

Por último, este artículo se encuentra estructurado por diversos apartados. El primero de ellos está relacionado con el desarrollo teórico de los fenómenos en estudio, así como con los antecedentes de la investigación. Posteriormente, se localiza la metodología utilizada para desarrollar el estudio y se presentan los principales hallazgos. Se finaliza con las conclusiones de la investigación y el sustento bibliográfico utilizado.

Reflejos de la actividad turística en Mazatlán (Sinaloa)

Desde la óptica socioeconómica, la actividad turística ha incrementado su importancia durante los últimos 15 años dentro del estado de Sinaloa. Actualmente, esta región cuenta con una oferta de alojamiento compuesta por 448 establecimientos (se incluyen todas las categorías), que representan 19.914 cuartos

(INEGI, 2014), es decir, el 3,0% del total de cuartos a nivel nacional. Así mismo, cuenta con 1.243 restaurantes (4,3% del total nacional), 210 establecimientos de alimentos y bebidas compuestos por bares, centros nocturnos, discotecas, entre otros (2,5% del total nacional) y 175 agencias de viajes (2,9% del total nacional). Tan solo en el renglón del hospedaje, Sinaloa registró un total de 2.750.865 llegadas de turistas en 2012, de los cuales 2.383.715 fueron de origen nacional, mientras que el resto (367.150) era de procedencia extranjera, con una tasa promedio de ocupación anual de 45,70%, 2,28 días de estancia promedio y 2,46 personas en promedio (SECTUR, 2012).

Pese a ello, el puerto de Mazatlán es el principal destino turístico de la entidad; las bellezas naturales y escénicas que oferta se sustentan en la playa y sus recursos naturales, además del clima propicio para el desarrollo de las actividades de recreación relacionadas con este segmento la mayor parte del año. Como parte de la caracterización de su modelo turístico, es necesario mencionar que es un destino de “sol y playa” de tipo tradicional, es decir, su vocación económica por la actividad turística se fue dando de manera paulatina, teniendo como contexto poblaciones pequeñas dedicadas principalmente a la pesca y al comercio tanto marítimo como terrestre, y que después de un largo proceso ha llegado a convertirse también en un importante centro turístico de México⁴.

En un contexto más contemporáneo, el turismo en Mazatlán ha estado inmerso en

⁴ A diferencia de los destinos de sol y playa tradicionales, los destinos “integralmente planeados” fueron impulsados por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), creado en 1975 con el fin de impulsar de una manera organizada el turismo de masas e insertar a gran escala la oferta turística mexicana en los mercados internacionales (Molina, 2007, pp. 33-34). Por consiguiente, se realizaron estudios y proyectos que permitieron identificar las áreas territoriales y de servicios susceptibles de ser explotadas, para consolidarlos como centros turísticos de primer nivel.

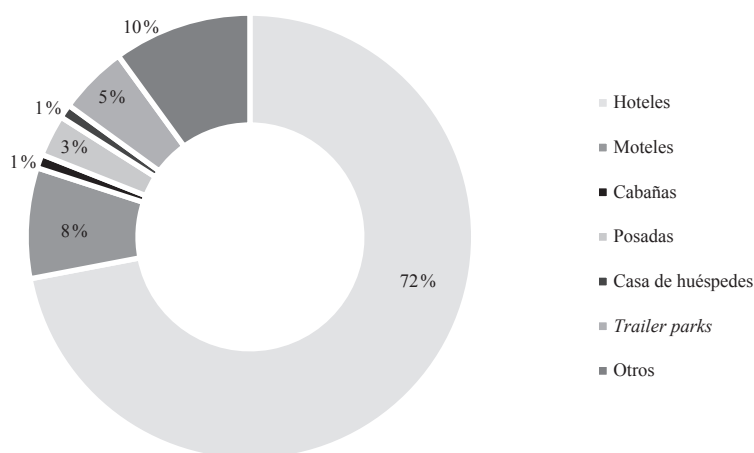
diversos vaivenes. Por ejemplo, a mediados de la primera década del siglo XXI, se vivió un repunte de los principales indicadores turísticos de esta actividad, acompañado de un importante desarrollo inmobiliario hasta 2008; posteriormente aparecieron algunas contracciones en el sector, sobre todo en la etapa comprendida entre 2009 y 2011, debido a problemas en la economía estadounidense y a una elevada y permanente percepción de inseguridad y violencia que afectó especialmente al segmento de turismo de cruceros (Santamaría-Gómez y Flores-Gamboa, 2012, p. 73).

En la actualidad, de nueva cuenta se pasa por un período positivo. Tan solo en 2011, el destino registró un total de 1.548.300 llegadas de turistas a hoteles, de los cuales 1.169.676 fueron de procedencia nacional, mientras que el resto (378.624) era de procedencia extranjera, con una ocupación hotelera promedio de 47.4% (INEGI, 2012, pp. 380-383). El destino ha tratado de reposicionarse en el mercado con nuevos proyectos ambiciosos, como el de isla Amaxitlán, situada en lo que hoy se conoce como Isla de la Piedra, descrita como “la nueva ciudad turística sustentable, modelo en el mundo” (Díaz Alvarado, 2011, p. 160).

Otro polo de inversión y desarrollo lo representa el proyecto denominado “Marina Mazatlán”, dando así nuevos aires a la industria turística local. No obstante, el gran motor que ha impulsado esta nueva etapa de bonanza ha sido la apertura de la nueva carretera Mazatlán-Durango a finales de 2013, por medio de la cual se registra un repunte importante en el turismo nacional, sobre todo proveniente de estados norteros, como Coahuila, Chihuahua y Monterrey, pero especialmente de Durango, ya que antes el traslado desde y hacia este último destino tardaba entre 6 y 8 horas, mientras que con la nueva autopista solo se requieren entre 2,5 y 3 horas de viaje.

De acuerdo con el INEGI (2014), de los 179 establecimientos registrados en Mazatlán en 2012, hay 128 hoteles, 15 moteles, 2 casas de huéspedes, 1 cabaña, 6 posadas, 9 establecimientos de tipo *trailer parks* y los 18 restantes son concebidos como otro tipo de establecimientos, entre los que se pueden encontrar bungalós, campamentos, condominios, departamentos, hostales y villas (ver figura 1). En suma, de 11.235 cuartos de hotel ofertados en el puerto, la gran mayoría (9.591) son de hotel, seguida por 564

Figura 1. Composición de la oferta de unidades de hospedaje según tipo de establecimiento (2012)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI (2014).

cuartos de motel y 528 espacios para casas rodantes; el resto se distribuye entre otro tipo de alojamientos.

Por otra parte, el puerto tiene registrados 484 establecimientos que ofrecen servicios de alimentos y bebidas: 387 restaurantes, 57 bares, 25 discotecas o centros nocturnos y 15 cafeterías. Así mismo, existen 70 agencias de viajes, 3 balnearios, 15 empresas arrendadoras de automóviles, 4 campos de golf y 84 establecimientos para el servicio de convenciones (INEGI, 2014).

Casas rodantes y *trailer parks*: un acercamiento general

A la par de la existencia de diversas formas para llegar a un destino turístico, también concurren múltiples ofertas de servicio de hospedaje. Este servicio tradicionalmente se ha catalogado –de acuerdo con su operación e instalaciones con las que se cuenta– en dos grandes segmentos de hospedaje: aquellos de tipo hotel y aquellos de tipo extrahotel. El primer grupo corresponde a establecimientos con un mínimo de 10 habitaciones, que ofrecen alimentación y otros servicios complementarios en algunos casos, mientras que el segundo segmento de la clasificación abarca establecimientos con facilidades de alojamiento limitadas, ya que operan con práctica poco especializada, personal reducido, de organización sencilla y generalmente a precios económicos (Torruco Márquez y Ramírez Blanco, 1987, p. 52).

Dentro de los establecimientos que ofrecen servicios de hospedaje de tipo extrahotel se encuentran las casas de huéspedes, los apartamentos amueblados, los campamentos, las cabañas, los albergues y los estacionamientos para casas rodantes (mejor conocidos como *trailer parks*) (Torruco Márquez y Ramírez Blanco, 1987, p. 53), definidos como:

(...) instalaciones localizadas en la proximidad de vías de comunicación, que permiten el acceso de vehículos con casa rodante. Cuentan con caminos para circulación interna, tomas de agua, servicios sanitarios, suministros de energía eléctrica, áreas de juego, zonas de recreación, lugares de reunión y cafetería. (De La Torre, 2000, p. 95)⁵.

La actividad turística relacionada con los viajes en casas rodantes o vehículos recreativos ha sido estudiada desde diferentes perspectivas sociales y culturales⁶. Por ejemplo, Viallon (2012) analizó el perfil sociocultural, así como las principales pautas de comportamiento de franceses retirados que viajan cada invierno hacia la costa atlántica de Marruecos. Por su parte, Schafran y Monkkonen (2011) estudiaron el flujo y aumento de estadounidenses que se trasladan a vivir a México de manera temporal o permanente, y propusieron una tipología de las localidades receptoras y de los tipos de asentamientos que abordan de manera directa el impacto de este fenómeno en los destinos bajo estudio, siendo las aglomeraciones semipermanentes de casas rodantes uno de ellos.

Por otro lado, el clima se ha relacionado como factor relevante en este tipo de desplazamientos, razón por la cual se tiende a delimitar esta actividad a partir del momento en que se inicia el viaje, según la estación del año. En este sentido, se denominan *snowbirds* a las personas que se alejan del clima frío (invierno) de donde son residentes a otro más benigno, mientras que los *sunbirds* son los viajeros que se trasladan durante el verano.

⁵ A este tipo de establecimientos también se les denomina comercialmente como *RV Parks*, producto de su significado en inglés como *recreational vehicle park* (parque de vehículos de recreo).

⁶ Viallon (2012) estudió este fenómeno a partir de un enfoque weberiano dentro de la costa atlántica de Marruecos. En dicho estudio también se hace una síntesis de los diferentes temas estudiados alrededor del fenómeno de los vehículos recreacionales.

Esta particular clasificación ha sido útil para comparar distintos aspectos relacionados con el desplazamiento entre estos dos segmentos. Al respecto, puede consultarse a Smith y House (2006), quienes proponen una metodología para estimar el número de migrantes temporales y analizar sus características demográficas entre los adultos mayores que viajan en el estado norteamericano de Florida. También se puede consultar a Hogan y Steinnes (1996), que compararon la tasa de migración estacional entre Arizona durante el verano (*sunbirds*) y Minnesota durante el invierno (*snowbirds*).

Sin embargo, dada las características del presente estudio, destacaremos la importancia del fenómeno desde el punto de vista económico. Por ejemplo, a mediados de la primera década del presente siglo, se estimó que solamente en Canadá, 13 % de su población poseía un vehículo recreacional, en comparación con el 10 % de la población de los Estados Unidos (Go RVing, citado por Hardy, 2006).

Contrario a la idea de considerar a este segmento en proceso de declive, se estima que hay más casas rodantes en uso actualmente que en cualquier otra época. Tan solo los estadounidenses en la actualidad poseen 9 millones de vehículos recreativos, 1 millón más que en 2005, y con un crecimiento del 62 % en la industria desde la primera encuesta del RVIA de los propietarios de RV en 1980 (Powers Tomasso, 2010, p. 5). Un estudio más reciente señala como tendencia que 25 % de la población considerada *baby boomers* tiene la intención de adquirir un RV y, por lógica, visitar diversos *trailer parks* en el futuro (CEV, 2011, p. 4).

Siguiendo con la personalización de este segmento turístico en la región norteamericana, el 10 % de los propietarios de un vehículo recreacional lo utiliza como su residencia principal, mientras que el 90 % restante lo

mantiene como residencia fija. Así mismo, acampar es la actividad más común para el uso de una casa rodante, y un 84 % de las personas que lo manejan son casadas (Powers Tomasso, 2010, p. 6). Por último, las personas con niveles de ingresos que oscilan entre los USD 25.000 y los USD 75.000 por año son las más propensas a usar los parques de RV, con un ingreso promedio de consumo de USD 69.000, mientras que los hogares que ganan más de USD 150.000 anuales —y que constituyen el 5 % del total de clientes— son los menos propensos a usar este tipo de parques (IBIS, citado por CEV, 2011, p. 5).

En el caso de México, esta actividad sigue siendo de carácter estacional. La temporada invernal, principalmente entre noviembre y marzo, es la más propicia para viajar dentro del territorio nacional. La gran mayoría huye de los climas fríos que se presentan en Estados Unidos y Canadá en esas mismas fechas, razón por la cual se les considera *snowbirds*. Existen estudios que destacan la capacidad de atracción de localidades mexicanas, como la zona aledaña al lago de Chapala, en el estado de Guadalajara (véanse Schafran y Monkkonen, 2011; Everitt y Welsted, 1999). No obstante, pese a la relevancia y dinámica económica descrita en párrafos anteriores, su alcance ha sido poco estudiado y valorado en el escenario sinaloense⁷.

En el estado de Sinaloa (México), la ciudad y puerto de Mazatlán registra este tipo de actividades, pues a mediados del siglo XX empezó a recibir una importante participación de visitantes extranjeros vía terrestre (automóvil,

⁷ En Sinaloa, a pesar de los planes de expansión para el sector turístico, los sitios que ofrecen espacios con infraestructura básica para que las casas rodantes de visitantes extranjeros se estacionen (*trailer parks*) no han recibido la importancia socioeconómica que implica dicha actividad. Prueba de ello es su permanente rezago de las políticas económicas y turísticas del gobierno estatal y municipal de turno. Basta con observar cómo este sector permanece en el anonimato en el *Plan Estatal de Desarrollo de Sinaloa* o en el *Plan Municipal de Desarrollo de Mazatlán*, respectivamente.

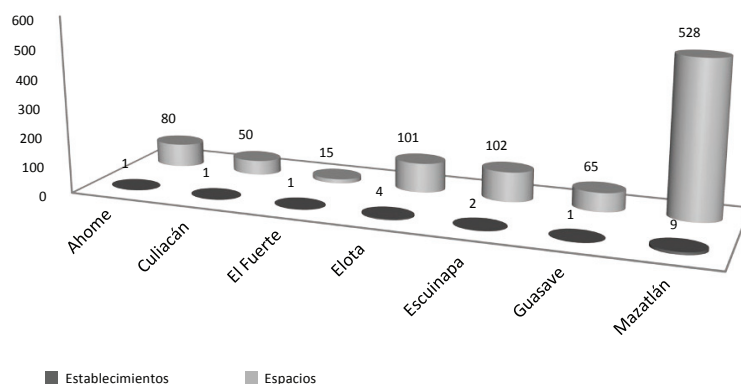
ferrocarril, ómnibus, etc.), posicionándose por muchos años por encima de cualquier otra vía de transporte (marítima o aérea). De hecho, fue en el año de 1948 cuando llegaron los primeros estadounidenses en una caravana compuesta por 15 casas rodantes provenientes de Arizona y cuyo destino final era el puerto de Acapulco (Guerrero) (Santamaría-Gómez, 2002, p. 58). La actividad fue creciendo paulatinamente al grado de registrar un total de 520 casas rodantes con 2.000 pasajeros, cuya derrama económica producto de su arribo provocó que “las autoridades locales y los empresarios turísticos se esmeraran por atenderlos” (Santamaría-Gómez, 2002, p. 59), al mismo tiempo que su permanencia era cada vez mayor.

Otro ejemplo de lo importante que ha sido este tipo de turismo es aquel que viajaba por carretera a finales de la década de los sesenta, ya fuera en automóvil propio o en casa rodante, y que representaba el 65 % del total de turistas extranjeros que arribaban al destino (Santamaría-Gómez, 2002, 117). Por consiguiente, los *trailer parks* de la localidad se encontraban abarrotados, llegando a superar incluso la demanda a la oferta de paradores, y en algunos casos el gobierno municipal tuvo que acondicionar lugares para su campamento (Santamaría-Gómez, 2002, p. 62).

Así mismo, se realizaban continuamente caravanas de casas rodantes para recorrer el territorio nacional, que durante su paso por Mazatlán permanecían en promedio de 3 a 4 días. Tan solo en 1966, arribó al puerto –como en otras ocasiones anteriores– la caravana de *Wally Byam*, denominada así en honor a su fundador, conformada por 200 unidades. En 1971 lo hizo de nueva cuenta, pero entonces con 250 unidades más, para un total de 549 personas. Y para el siguiente año eran ya 300 carros con remolques y más de 700 personas distribuidas en ellos (Santamaría-Gómez, 2002, p. 62).

En la actualidad, en el caso del estado de Sinaloa, no se tienen estudios ni registros fiables que abarquen en mayor profundidad la cantidad de personas que viajan en sus vehículos recreacionales (RV) ni de su impacto socioeconómico y cultural en los diferentes puntos turísticos del territorio. Sin embargo, sí existe un registro del número de establecimientos constituidos, por lo menos de manera formal y registrados como parte de la oferta hotelera en la entidad por parte del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), cuyo resultado para 2012 se muestra en la figura 2.

Figura 2. Número de *trailer parks* y espacios disponibles en Sinaloa (2012)



Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI (2014).

De los 19 *trailer parks* y 941 espacios registrados en Sinaloa en 2012, Mazatlán fue el destino con mayor número de establecimientos y espacios registrados para casas rodantes (INEGI, 2014), tal como se muestra en la figura 2. Es preciso mencionar que, si bien falta información documental sobre esta actividad desde la década de los noventa hasta la actualidad, una nota periodística señaló que en 2010 Sinaloa tenía registrados 1.158 espacios para casas rodantes, de las cuales Mazatlán poseía 801, lo que implicaría una notable disminución de este servicio de hospedaje durante los últimos años, fenómeno atribuido principalmente a problemas de inseguridad (López, 2010).

Turismo, seguridad y percepción

Los términos *seguridad* e *inseguridad* no solo tienen diversas definiciones, sino que también poseen distintas manifestaciones. De acuerdo con Ruidíaz (citado por Huesca González y Ortega Alonso, 2007, p. 9), ambos conceptos presentan una perspectiva positiva (seguridad) o negativa (inseguridad) según su enfoque. A pesar de ello, son al mismo tiempo construcciones, es decir, dos caras de una misma realidad (Huesca González y Ortega Alonso, 2007, p. 9), de ahí la necesidad de utilizar ambos conceptos cuando se analiza determinado problema o fenómeno en este campo.

Ahora bien, en el turismo, como actividad económica de gran importancia en diversas regiones del mundo, no se puede minimizar la importancia de la seguridad del turista, ya que el turista está estrechamente ligado a la población por medio de diferentes interacciones, como los ingresos económicos producidos por él. En este sentido, por *seguridad turística* se entiende “la protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de comunidades receptoras” (Grünewald, 2010, p. 19).

Sin embargo, para que un territorio o destino garantice la seguridad tanto de sus residentes como de sus visitantes⁸ —es decir, que se proteja físicamente a las personas, sus bienes, servicios, sus derechos y garantías, o bien, de las amenazas que puedan vulnerar su existencia—, forzosamente se tiene que hacer uso de los mecanismos que el Estado provee, es decir, de la seguridad pública, entendida como aquel “conjunto de políticas y acciones coherentes y articuladas que tienden a garantizar la paz pública [por medio] de la prevención y represión de los delitos y de las faltas contra el orden público, mediante el sistema de control penal y el de policía administrativa” (González, López y Yáñez, 1994, p. 49).

Por otro lado, desde el punto de vista de la seguridad internacional, diversos estudios coinciden en señalar que el atentado terrorista sucedido en la ciudad de Nueva York (Estados Unidos) el día 11 de septiembre de 2001 “modificó de manera radical la actividad económica en prácticamente todas las áreas de negocios” (Yarto, 2012, p. 96), alterando con ello no solo la actividad turística de ese país, sino el escenario turístico internacional (Molina, 2006, p. 33), originando cambios radicales en las nuevas estrategias de seguridad, sobre todo en aeropuertos, así como también en las pautas de consumo en los viajes internacionales.

Este es el caso, por ejemplo, del turismo de reuniones, segmento en el que “un gran número de reuniones que se efectuaban en hoteles o destinos turísticos fueron suspendidas o canceladas para ser trasladadas a las propias oficinas de las empresas” (Yarto, 2012, p. 97), eliminando de momento también los viajes

⁸ Es preciso mencionar que en ningún momento —independientemente del contexto social— puede garantizarse una seguridad absoluta, es decir, llegar a una tasa de cero delitos. No obstante, se pueden optimizar las medidas que reduzcan las posibilidades de que las amenazas se concreten y reducir con ello los indicadores de inseguridad.

largos y las estadías prolongadas⁹. Otro aspecto para entrever el impacto ocasionado en la industria de los viajes y el turismo la ofrece Sergio Molina (2006, p. 33), quien detalla algunos de los efectos negativos de mayor consecuencia, entre los que sobresalen la pérdida de confianza del consumidor y del viajero que realiza desplazamientos con fines vacacionales, el fuerte incremento de las medidas de seguridad asociadas con los viajes aéreos y con las terminales aeroportuarias, los mayores costos de seguridad que han sido trasladados a los viajeros en forma de cuotas adicionales, entre otros.

A pesar de dichos atentados y de los múltiples problemas económicos generados, la actividad turística a nivel mundial manifestó pronto su recuperación y crecimiento, con excepción de algunas regiones políticamente inestables. En la actualidad, la seguridad no solo es vista como una de las condicionantes de la competitividad de un destino turístico, sino que puede ser un determinante crítico de calificación al abarcar problemas relacionados con la inestabilidad política, el terrorismo, los elevados índices de criminalidad, la corrupción policial, problemas de sanidad y la calidad de servicios médicos, etc. (Dwyer y Kim, 2003).

Desde un plano científico, delimitar el grado de importancia e influencia de la seguridad en el ámbito turístico ha sido expuesto en diferentes estudios. Por ejemplo, Pizam (1999, p. 5) intenta clasificar distintos actos

relacionados con el crimen y la violencia que se presentan en destinos turísticos, con el fin de establecer sus atributos, analizar sus diferentes efectos, examinar métodos efectivos ya utilizados para prevenir o recuperarse de esos actos e identificar con mayor precisión a los actores responsables de este tipo de problemática.

Fernández Ávila (2002, p. 70) ejemplifica el impacto producido en el rubro de llegadas de turismo internacional resultado de actos terroristas en destinos como Irlanda del Norte, Israel, Egipto y Turquía. Por su parte, Santamaría-Gómez y Flores-Gamboa (2012) sugieren atender y entender este fenómeno social desde una gama de cuatro posibles escenarios en los que determinados sucesos —relacionados no solo con manifestaciones violentas, sino con aquellos que también provocan inseguridad y que no necesariamente producen daño físico o económico— podrían afectar de diversas formas a determinado destino turístico.

Otra perspectiva tiene que ver con las acciones realizadas por distintos gobiernos alrededor del mundo, que de forma rutinaria recomiendan, alertan o inclusive prohíben a sus conciudadanos realizar un viaje a determinado territorio fuera de su país por medio de alertas o advertencias de viaje cuyas “directrices son generalmente seguidas por sus ciudadanos” (Fernández Ávila, 2002, p. 71). En el caso de Estados Unidos, dicho sistema se fortaleció a partir del 11 de septiembre de 2001 (Bringas Rábago y Verduzco Chávez, 2008, p. 21).

Es habitual que las alertas se confundan con las advertencias, razón por la cual es necesario diferenciarlas. Una advertencia de viaje (*travel alert*) se emite para eventos de corto plazo, por ejemplo, cuando en determinado país extranjero se están organizando elecciones en medio de manifestaciones o disturbios sociales, en caso de alguna alerta sanitaria

⁹ Aun cuando la crisis económica desatada como consecuencia de dicho atentado es atribuida principalmente al deterioro de la economía norteamericana, que durante la década de los noventa mantuvo un ciclo expansivo (Puyo Tamayo, 2002, p. 40), es evidente que muchas de estas actividades económicas, sobre todo aquellas que tienen relación tanto directa como indirecta con el turismo, fueron afectadas drásticamente. Por ejemplo, “más de 190.000 empleos de líneas aéreas se perdieron solo en las tres semanas posteriores al atentado, diversos gremios del turismo se vieron afectados por cancelaciones de viajes y muchas empresas tuvieron que reestructurarse, fusionarse o simplemente desaparecer”. (Yarto, 2012, p. 96).

o ante evidencia de un riesgo elevado de ataque terroristas, alerta que se suprime una vez pasado dicho evento. Por su parte, las advertencias de viaje (*travel warning*) no solo tienen mayor peso, sino que generalmente se emiten a largo plazo, incluso por años. Ante este tipo de avisos, el viajero potencial necesita valorar con mayor cuidado la necesidad de realizar su desplazamiento, o bien, la posibilidad de no hacerlo hasta que la situación cambie, por ejemplo, en regiones con gobiernos inestables, con problemas de guerra civil, altos niveles de violencia o frecuentes ataques terroristas.

Pero existe poca evidencia empírica que permita comprobar el nivel de importancia dada por un turista potencial que piensa viajar a un destino ante una recomendación hecha por autoridades de su gobierno, o bien, del nivel de afectación en un destino constantemente señalado, como el caso de algunas ciudades fronterizas de México. Así lo sugieren Bringas Rábago y Verduzco Chávez (2008, p. 21) en su estudio a partir de deducciones hechas de acuerdo con el contexto analizado, pero sin demostrar directamente la interacción de ambas variables (seguridad y alertas de viaje).

Exploraciones en diarios extranjeros permiten evidenciar algunas particularidades de este fenómeno. Por ejemplo, una encuesta afirmó que 9 de cada 10 turistas británicos ignoran las advertencias de viaje de su gobierno, es decir, no saben qué países tienen alguna advertencia de viaje, pues no consultan la página web oficial. Sin embargo, si su destino presentaba alguna advertencia, el 53 % de los 1.962 británicos que participaron en la encuesta dijeron que seguirían adelante con sus vacaciones, mientras que el porcentaje restante señaló que posiblemente lo reconsiderarían si se presentasen incidentes violentos y protestas, así como avisos de mal tiempo y desastres naturales (Paris, 2013).

Así mismo, *Los Angeles Times* publicó un artículo basado en una encuesta en línea realizada entre el 10 de marzo y el 10 de abril por la compañía de viajes *Travel Leaders*, con sede en Minneapolis, en la que, de 1.000 estadounidenses encuestados, el 14 % dijo que una advertencia de viaje del Departamento de Estado no tendría ningún efecto en sus planes y un 20 % señaló que tendría muy poco efecto. Así mismo, un 47 % manifestó que las advertencias tendrían algún efecto, pero no el suficiente como para cancelar sus planes de viaje, y solamente el 18 % restante señaló que alteraría completamente sus planes de viaje en respuesta a las advertencias (Martín, 2011).

Actualmente, las alertas de viaje e información sobre seguridad que con regularidad emiten los Gobiernos de Estados Unidos y Canadá tienen un carácter permanente para cada país en el mundo, por lo que en el momento en el que se exponga una nueva, deja invalidada la anterior, hecho que no necesariamente implica eliminar toda la información de determinado destino o país, sino solo una parte de esta. En el caso de México, dicha información puede ser actualizada varias veces de forma anual.

Es por ello que, de forma constante, los principales países emisores de turismo hacia México, como lo son Estados Unidos y Canadá, actualizan sus reportes sobre problemas de inseguridad en diversas regiones y destinos de México y emiten sus avisos correspondientes. Por ejemplo, en el *Travel Warning* fechado el 13 de abril de 2015, se señala que se deben aplazar los viajes no esenciales a Sinaloa, exceptuando a Mazatlán (Departamento de Estado Estados Unidos de Norteamérica, 2015).

Si se toma como referencia que gran parte de los visitantes extranjeros que visitan Mazatlán se trasladan a diversos sitios del sur de Sinaloa, el flujo puede disminuir si en las alertas

se pide a los turistas que solo se dediquen a visitar las zonas turísticas de la ciudad, evitando salidas o traslados fuera del destino. Otra situación que inhibe dicho traslado ocurre cuando se señala que “viajar fuera de las carreteras de peaje en zonas remotas de Sinaloa es especialmente peligroso y debe evitarse” (Departamento de Estado, 2015). Por otro lado, al no haber mayor especificidad en la información emitida en la alerta de viaje norteamericana, podría generarse confusión y estimar que “todas” las carreteras libres de cobro en Sinaloa son inseguras.

De la misma manera, el Gobierno de Canadá, por medio del *Bureau* de Asuntos Consulares, en su alerta de viaje sobre el estado de Sinaloa fechada el 23 de diciembre de 2013 desaconseja hacer viajes no esenciales a este estado, con la excepción de Mazatlán, ya que grupos armados han atacado a viajeros que circulan por carreteras del norte de México, siendo Sinaloa uno de los estados señalados con estas características, además de un incremento de actividades del crimen organizado (Departamento de Asuntos Extranjeros y Comercio Internacional, 2013).

Ante tal contexto, es evidente cómo gran parte del territorio del estado de Sinaloa es afectado directa e indirectamente por el contenido de la información emitida en las alertas de viaje de los dos países que proveen el mayor número de extranjeros a México, en general, y a Sinaloa, en particular. Este hecho, a su vez, podría repercutir en el normal desarrollo de la planta turística del destino, entendida esta como la combinación de bienes y servicios que se encuentra integrada por “las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido” (Gurría Di-Bella, 1994, p. 52). Partiendo de este argumento, el presente estudio busca comprobar qué tanto influyen las alertas de viaje en un turista extranjero que viaja por carretera, específicamente en

casas rodantes, al momento de decidir transitar por un territorio mayormente señalado, como el sinaloense.

A pesar de la variedad de enfoques para entender la influencia de la seguridad en el turismo, son muy recurrentes aquellos que lo analizan a partir de la percepción de los visitantes sobre un destino o evento en particular por medio de diferentes estrategias metodológicas, como encuestas y cuestionarios, en mayor medida (véase Amorin, Gandara, Tarlow y Korstanje, 2012; Martínez Ruiz y Verján, 2012; Bringas Rábago y Verduzco Chávez, 2008; George, 2010; Yüksel y Yüksel, 2007; George, 2003 y Barker, Page y Meyer, 2003).

En síntesis, podemos acotar que la seguridad, en un sentido muy amplio, se refiere a la libertad frente a toda amenaza, como un bien intangible, mientras que en términos más específicos nos remonta a un estado subjetivo en el que la percepción –entendida como un “conjunto de mecanismos y procesos [por medio] de los cuales el organismo adquiere conocimiento del mundo y de su entorno, basándose en información elaborada por sus sentidos, la [cual] puede darse por tratamientos guiados por los estímulos y otros guiados por las representaciones o conceptos ya existentes” (Jones et al., citado por Rodríguez, Requena y Muñoz, 2009, p. 135)– juega un papel muy importante al momento de decidir desplazarnos por un espacio libre de riesgos, razón por la cual la seguridad solo se ve materializada en toda su dimensión cuando esta falla.

Debido a que la motivación y el propósito están estrechamente vinculados, la percepción de una persona sobre unas vacaciones, así como de cualquier otro producto, es afectada por sus experiencias y actitudes (Holloway, 1997, p. 85). Si la percepción de la necesidad y la de la atracción se igualan, el consumidor estará motivado a comprar

el producto, consumir un servicio o visitar algún destino turístico. En este sentido, es obvio que entre las diversas motivaciones que conducen a un viajero a seleccionar un sitio para pasar sus vacaciones básicamente se destacan sus atractivos, el precio, sus vías de comunicación, el entretenimiento, entre otros aspectos más.

Sin lugar a dudas, en la actualidad, la seguridad representa uno de los factores más importantes que influyen en la toma de decisiones de las personas para escoger un destino turístico: la mayoría de los turistas no gastará su dinero para visitar un destino donde la seguridad y el bienestar puedan estar en peligro (Pizam y Mansfeld, citados por Dimanche y Lepetic, 1999, p. 19). Por lo tanto, la conducta del consumidor dentro del proceso de compra, especialmente si se trata de productos turísticos, es muy sensible a la percepción de seguridad y riesgo (Domínguez, Bernard y Burguete, 2002), cuya valoración ha asumido un rol esencial entre los atributos del destino a partir de los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York (Estados Unidos).

Metodología

De acuerdo con los métodos e instrumentos para llevar a cabo la recolección de datos y cumplir así con los objetivos propuestos, estos están cimentados en técnicas de investigación documental y de campo bajo un enfoque cuantitativo. Para lograr este último punto, se diseñó un cuestionario que consta de un total de 17 preguntas cerradas agrupadas en 4 secciones. La primera de ellas recopila información sociodemográfica de los turistas extranjeros: procedencia, sexo y edad con base en seis rangos de edades (34 o menos, 35-44, 45-54, 55-64, 65-74, 75 o más). La segunda sección se refiere al motivo del viaje, las características del vehículo que utiliza en su desplazamiento, el porcentaje del gasto en

el destino, su promedio de estadía, así como el número de personas con las que realiza dicho viaje. La tercera sección se refiere a los principales factores que inciden en sus decisiones de viaje, el nivel de consulta e influencia de las alertas de viaje y otros temas relacionados con su percepción sobre la seguridad del sitio visitado. En la cuarta sección se pide la opinión en torno a distintos lugares y condiciones de infraestructura y servicios del destino donde se sitúan los *trailer parks* seleccionados, por medio de una escala de Likert de 5 puntos, con la intención de medir la valoración dada por los encuestados y así obtener un promedio que permita conocer el grado de seguridad de estos mediante la siguiente escala de valoración: (1) totalmente seguro, (2) muy seguro, (3) sin opinión, (4) muy inseguro y (5) totalmente inseguro.

El instrumento en mención se aplicó en tres sitios con alojamientos para *trailer parks* ubicados en dicho destino turístico (*San Bartolo RV and Camping Park*, *Mar Rosa RV Park* y *San Fernando RV Park*, respectivamente), en dos etapas (noviembre de 2013 y febrero de 2014), como parte de la temporada invernal turística para este segmento, variando los días y horarios de aplicación del cuestionario¹⁰.

En cuanto al muestreo, este es de tipo probabilístico, donde, según el marco muestral (turistas extranjeros que arriban en casas rodantes), todas las personas tienen la oportunidad de ser seleccionadas de forma aleatoria. Por otro lado, la forma en la que se aplicó el cuestionario escrito fue por entrevista personal a un total de 180 turistas extranjeros como parte de la muestra recomendada según el tamaño de la población, basado en los 528 espacios disponibles en los 9 *trailer parks*

¹⁰ Agradecimiento a las alumnas Denisse Natalie Alvarado Quintana (Universidad Tecnológica de Escuinapa), Karla Alexa Herrera Martínez y Gladis Fabiola Velarde Ramírez (Universidad Autónoma de Sinaloa) por su valiosa colaboración en el trabajo de campo realizado en Mazatlán, Sinaloa.

ubicados en Mazatlán, Sinaloa, considerando un margen de error de la muestra de un 5 %, con un nivel de confianza del 90 %.

Por otra parte, se aplicaron técnicas estadísticas descriptivas por medio de distribuciones de frecuencia. En el análisis de correlación se manejaron técnicas de estadística inferencial mediante tablas de contingencia con el fin de examinar la relación de dependencia o independencia entre dos variables a partir de su distribución, cuya doble entrada permite figurar el número de casos o individuos que poseen un nivel de uno de los factores o características analizados y otro nivel del otro factor analizado, en este caso, relacionado con el origen del encuestado y su percepción sobre seguridad.

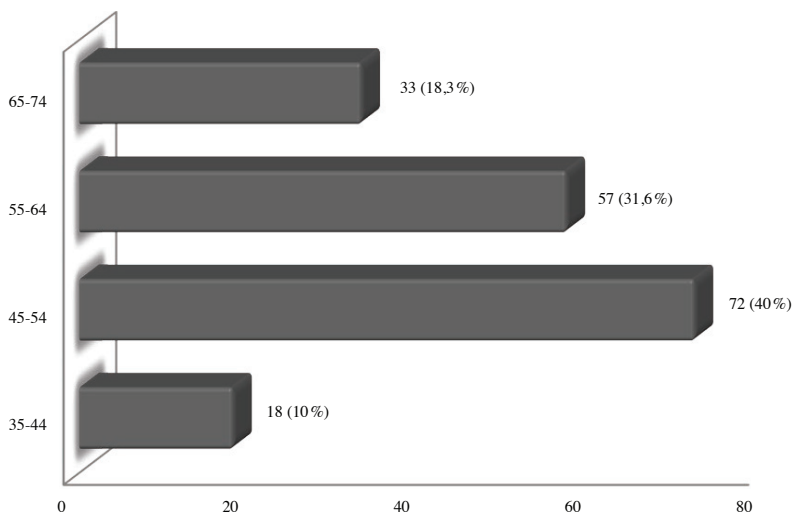
Por último, el procesamiento de los datos obtenidos se desarrolló por medio de tres etapas, la tabulación de los datos en función de las preguntas realizadas, el cálculo de las respuestas (porcentajes) y con ayuda del programa Excel 2007, mientras que las tablas de contingencia fueron elaboradas a partir de los resultados arrojados por el paquete esta-

dístico SPSS. Finalmente, para el análisis, la interpretación y descripción de los resultados, estos fueron reflejados en forma de tablas y figuras, en función del marco teórico y los antecedentes de la investigación.

Resultados

La primera sección del cuestionario aplicado a turistas que arribaron en casas rodantes al puerto de Mazatlán (Sinaloa) mostró que la mayor parte de los respondientes procedía de Canadá (72,7%), mientras que el resto provenía de Estados Unidos (27,3%). Del total de respondientes, 129 (71,6%) pertenecen al sexo masculino y el resto (28,3 %) al sexo femenino. En lo relativo al promedio de edad, es preciso mencionar que la mayoría de las personas (40%) tenía entonces una edad de entre 45 y 54 años, mientras que un 31,6% se ubicó entre los 55 y los 64 años (ver figura 3), y el resto se ubicó en dos extremos, es decir, 18,3% era mayor (65-74 años), mientras que el 10% dijo tener entre 35 y 45 años cumplidos, representando la población de menor tamaño.

Figura 3. Promedio de edad



Fuente: Elaboración propia.

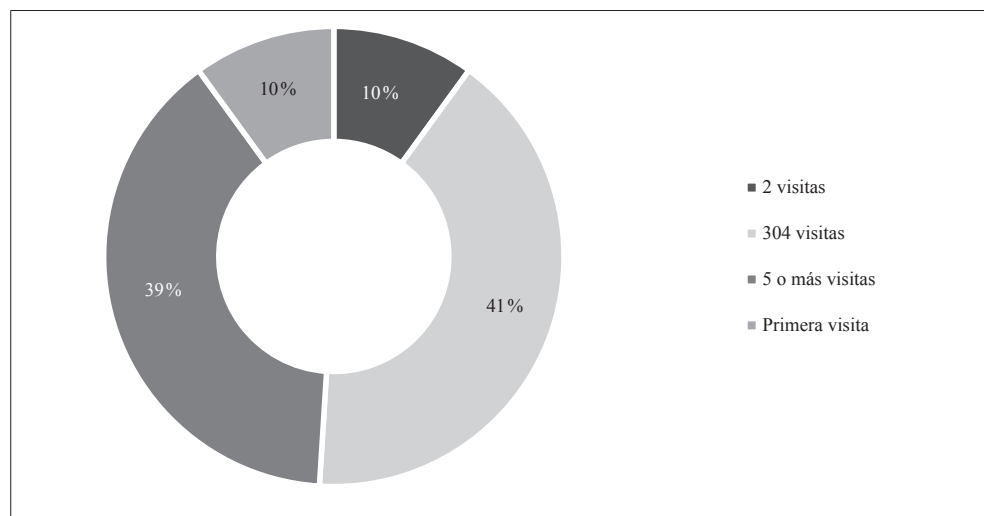
Como parte de la segunda sección del instrumento, dirigida a conocer el motivo de su desplazamiento, las características del vehículo, el gasto y la estancia promedio, así como el tipo de personas que las acompañaban durante su traslado, los resultados reflejan que la mayoría (71,6 %) viajó con amigos o compañeros, mientras que el resto lo hizo con familiares (28,3 %). Así mismo, el 46,6 % viajó en grupos organizados (caravanas) y el 53,3 % lo hizo de manera independiente, es decir, arribó de manera individual al destino.

En lo concerniente al número de visitas al puerto de Mazatlán, gran porcentaje de los turistas señaló tener ya varios años visitando el lugar (ver figura 4), solo el 10% lo hacía por vez primera, situación que refleja el gran potencial del destino no solo para mantener un mercado cautivo, sino con la posibilidad de aumentarlo cada temporada invernal.

el área. En lo que atañe al promedio de estadía en Mazatlán, la mayoría se estableció de 1 a 3 meses en promedio, lo que representa el 51,6 % de los turistas encuestados (ver figura 5) e indica una oportunidad para el destino de extender los beneficios económicos. Y aunque solo un 39,9 % de ellos se quedó solamente de 1 a 3 semanas en promedio, esto se entiende porque este destino sirve como descanso para aquellos que tienen planeado trasladarse posteriormente a otros destinos nacionales, o bien, que ya van de regreso a sus respectivos países.

Otra característica de este segmento radica en el tipo y modelo de vehículo utilizado para sus traslados. Al respecto, 59,4 % usó un *motor home*, 33,8 % empleó un vehículo remolcable (5th *wheel*), mientras que el 6,6 % restante utilizó un *pop up camper*¹¹. De acuerdo con el año del modelo del vehículo, y considerando

Figura 4. Número de visitas previas al destino



Fuente: Elaboración propia.

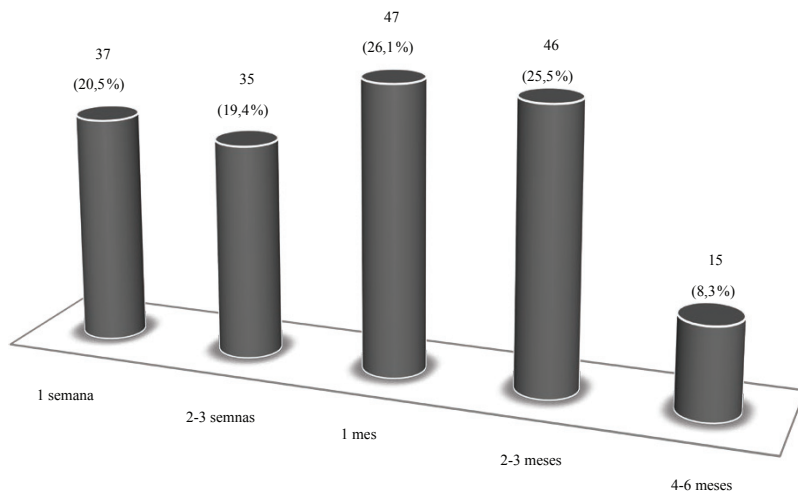
En lo que corresponde al motivo principal de su visita al destino, el 43,3 % lo atribuyó al clima, seguido del 38,3 % que señaló inspiraciones vacacionales, y el 18,3 % restante manifestó que lo hacía por tener un amigo en

¹¹ La principal característica entre un vehículo denominado *motor home* y uno 5th *wheel* es que el primero es motorizado y el segundo de arrastre, situación que implica también una serie de ventajas o desventajas. Por ejemplo, una vez en el destino, el vehículo se puede desenganchar del tráiler remolcable, lo que le permite al turista recorrer la zona sin necesidad de algún otro medio, mientras que el *motor home* no, de manera que necesitaría trasladarse a pie, rentar un automóvil, o bien, utilizar medios de transporte público de la localidad.

la fecha de aplicación del cuestionario¹², la mayoría de los vehículos no tenía más de 10 años de uso (ver figura 6), sobresaliendo en mayor número modelos entre 2009 y 2005, con un 76,5 % de los respondientes.

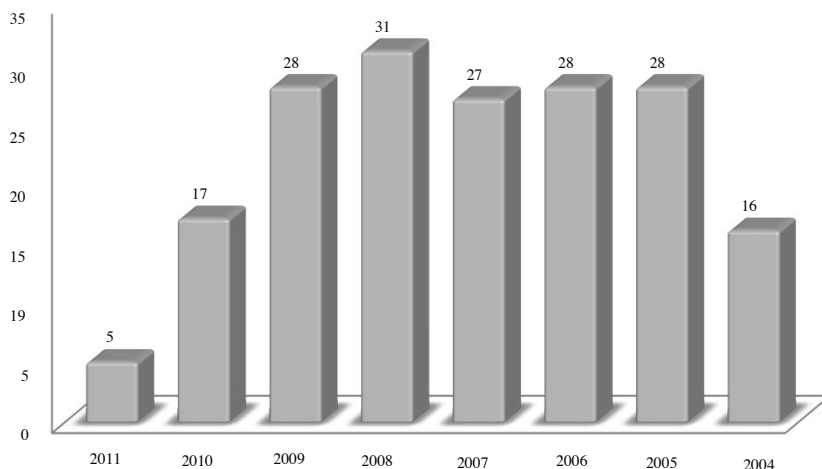
Por su parte, en cuanto al gasto promedio por día para un turista de casa rodante en Mazatlán, los resultados son los siguientes: 40 % manifestó gastar más de 100 dólares diarios; 20,5 %, entre 51 y 75 dólares; 20 %, entre 76

Figura 5. Promedio de estadía en Mazatlán



Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. Modelo de vehículo recreacional (rv)



Fuente: Elaboración propia.

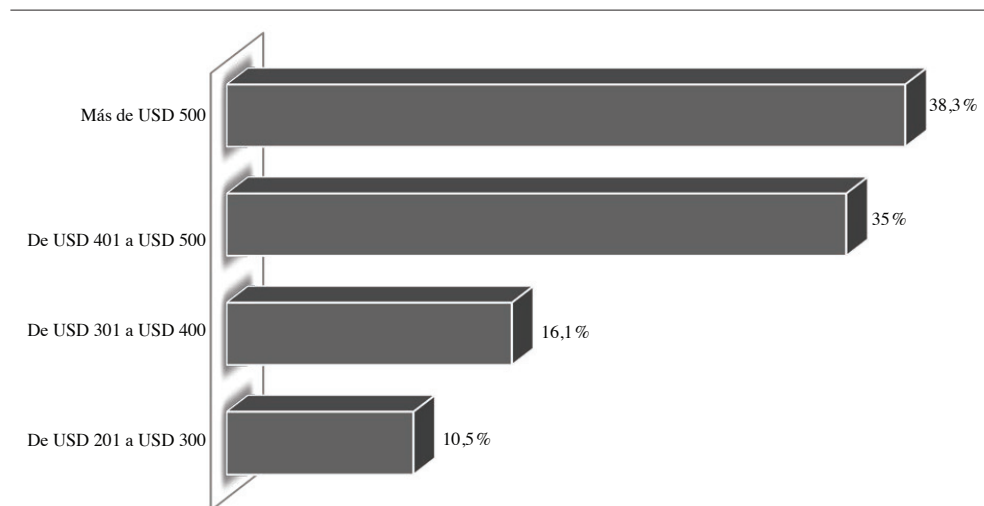
¹² Entre noviembre de 2013 y febrero de 2014.

y 100 dólares; y 19,4%, entre 26 y 50 dólares. Otras cifras que revelan la importancia que tiene el gasto de este segmento turístico se aprecia en la figura 7, cuyo promedio mensual estimado de la gran mayoría eroga más de 400 dólares mensuales (73,3%).

Como parte de los resultados de la tercera sección del instrumento, los dos principales

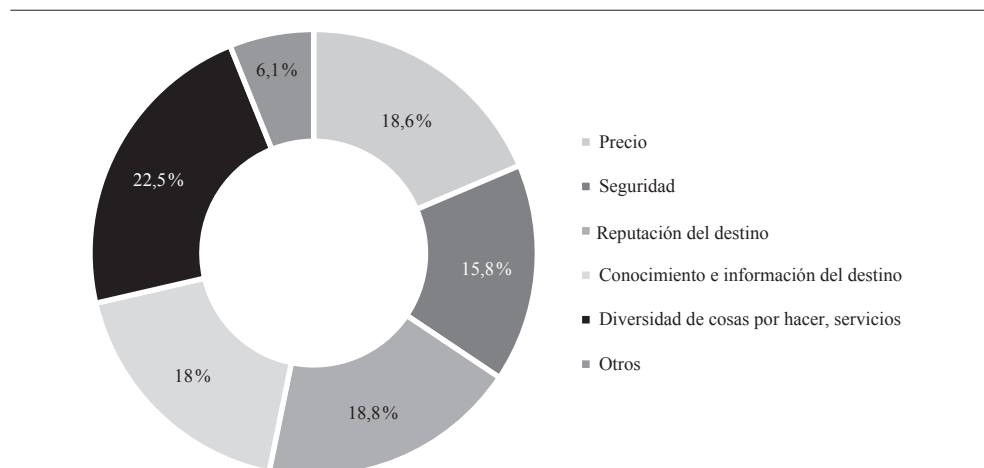
factores que más influyeron en su decisión de viaje fueron la diversidad de actividades por hacer (22,5%) y la reputación del destino (18%), respectivamente. No obstante, el conocimiento y la información disponible sobre el sitio, así como el precio, fueron también respuestas concurrentes (ver figura 8), dejando a la seguridad al final, con un 15,8%; el porcentaje restante señaló en menor medida

Figura 7. Gasto promedio mensual en dólares



Fuente: Elaboración propia.

Figura 8. Factores que influyen en la decisión de viaje



Fuente: Elaboración propia.

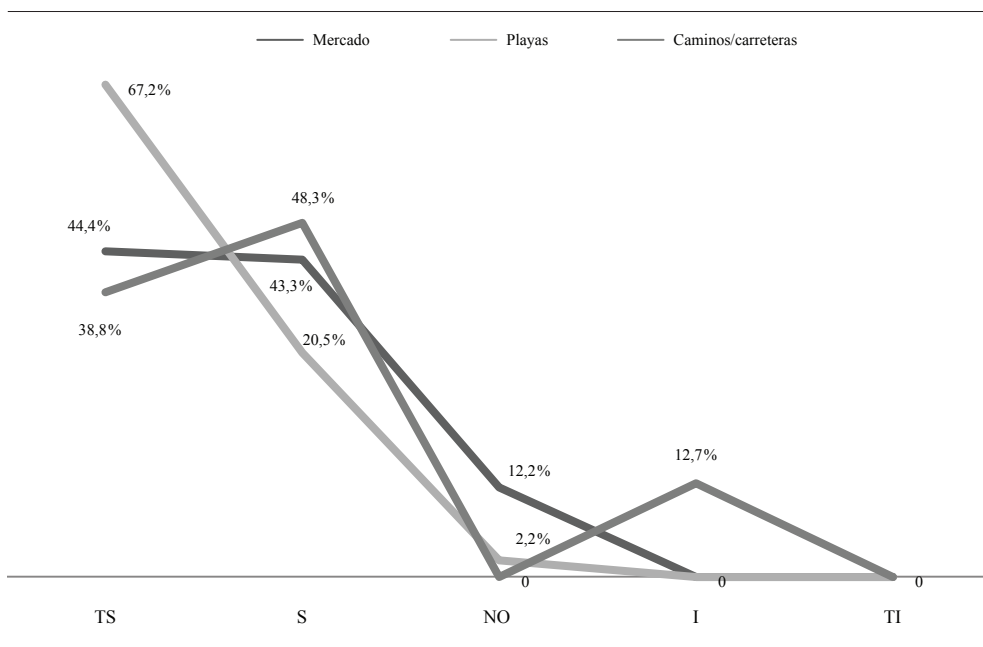
otros factores relacionados con el clima y el trato de la población anfitriona.

En lo concerniente al tema de la seguridad, específicamente al papel que juegan las alertas de viaje al momento de decidir viajar, el 52,2 % manifestó leer de forma periódica las alertas de viaje que publican las oficinas de su respectivo gobierno, seguido del 40,5 % que lo hace solamente algunas veces, mientras que un 7,2 % dijo no hacerlo nunca. Esto refleja que, para un segmento que continuamente se traslada vía terrestre por distintos caminos y carreteras del territorio mexicano, es parte de su patrón de conducta estar informado sobre los avisos de seguridad. Pero son pocos los que manifestaron abiertamente cambiar sus planes como respuesta a una alerta de viaje (10,5 %), la mayoría lo hacía en algunas ocasiones (59,4 %), mientras que el resto no lo haría a pesar de la existencia de una alerta sobre el destino por visitar (30 %).

Otro de los interrogantes relacionados con este tema se enfocó en averiguar si estos turistas habían interrumpido un viaje en México por problemas de inseguridad. Al respecto, solo 3 personas respondieron positivamente, por hechos que sucedieron en 2009 y 2010. A pesar de no saber qué tipo de problema presenciaron o sufrieron, dicho período coincide con un aumento de los índices delictivos en el estado de Sinaloa, específicamente en Mazatlán (Santamaría-Gómez y Flores-Gamboa, 2012).

Como parte de la cuarta sección del cuestionario aplicado a turistas que viajan en casas rodantes, se indagó sobre su percepción de seguridad sobre algunos sitios de interés turístico importantes del puerto de Mazatlán (Sinaloa). Para ello, por medio de una escala de Likert de cinco puntos, se identificaron los sitios que recibieron mejor calificación, en este caso las playas, el *trailer park* donde se hospedaron y los restaurantes de la localidad

Figura 9. Percepción de seguridad



Fuente: Elaboración propia.

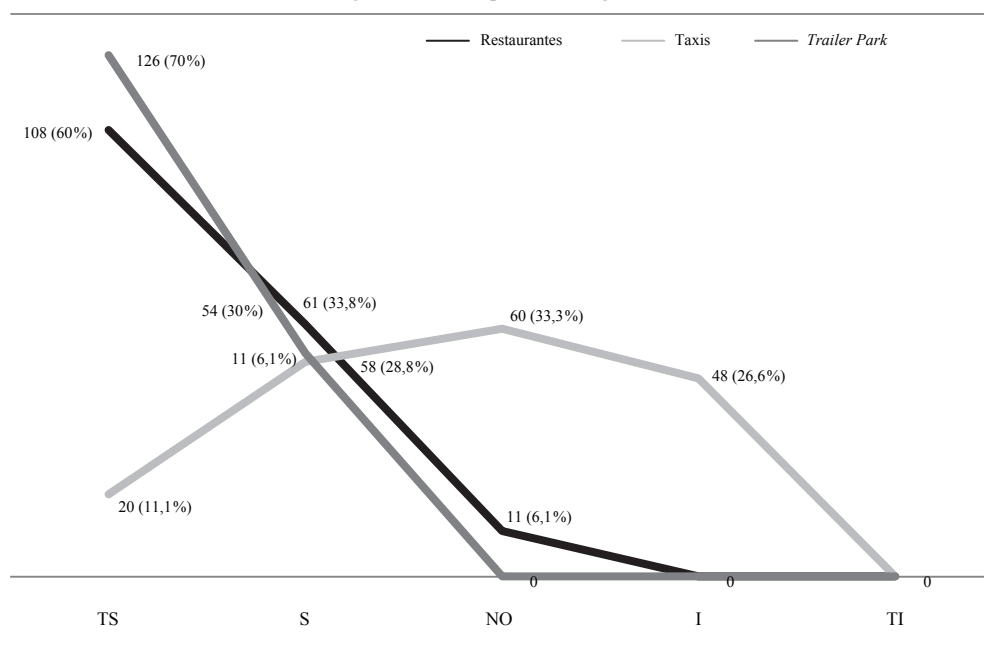
como parte de los servicios de alimentos y bebidas (ver figuras 9 y 10).

En el caso de las playas de Mazatlán, el 67,2 % de los respondientes las valoró como totalmente seguras (TS), seguido de un 43,3 % que la señaló como seguras (S), sin registrar ninguna valoración negativa, exceptuando a 4 personas que no tenían una opinión al respecto. En lo relacionado con el mercado municipal, punto que mejor distingue a la zona centro del destino, también recibió valoraciones positivas, pues el 44,4 % lo percibió como totalmente seguro (TS), 43,3 % lo valoró como seguro (S) y solo 12,2 % no opinó (NO) debido a que aún no conocía dicha zona. De manera similar, aunque en menor medida, los caminos y las carreteras fueron percibidos positivamente, ya que un 38,8 % de los respondientes los consideró totalmente seguros (TS), un 48,3 % los calificó como seguros (S), aunque, a diferencia de las demás, 12,7 % de los turistas los percibió como inseguros (I).

Los *trailer parks*, como parte de los centros de hospedaje en los que arribaron los turistas entrevistados, fueron los sitios con más alta valoración al ser calificados por el 70 % de los respondientes como totalmente seguros (TS), seguido de un 30 % que los señaló como seguros (S), sin valoraciones negativas. En lo concerniente a los restaurantes de la localidad, también recibieron evaluaciones positivas, ya que el 60 % los percibió como totalmente seguros (TS), 33,8 % los valoró como seguros (S) y solo un 6,1 % no opinó (NO), debido a que no había consumido dichos servicios. El único rubro que recibió bajas calificaciones corresponde al servicio de taxi: solo un 11,1 % lo consideró totalmente seguro (TS), un 28,8 % lo evaluó como seguro (S), seguido del 33,3 % que no pudo opinar (NO), pues no había tenido la necesidad de utilizarlo; no obstante, un 26,6 % valoró el servicio como inseguro (I).

Como parte del análisis sobre los resultados a partir de la información generada en las

Figura 10. Percepción de seguridad



Fuente: Elaboración propia.

técnicas estadísticas inferenciales en relación con las entrevistas realizadas, fue necesario considerar la opinión que tuvieron los encuestados tomando en cuenta el origen de los visitantes. En este sentido, se realizaron con los siguientes ítems: ¿Lee las advertencias de viaje del gobierno de su país?; en general, ¿cambia sus planes de viaje en respuesta a tales advertencias?, con el objeto de explicar cuál era la percepción del turista extranjero.

De esta manera, el interés en el análisis de tablas de contingencia reside en resumir la información contenida en la tabla, midiendo la asociación entre las dos variables que conforman la tabla y nunca la relación entre las categorías de las variables. Este procedimiento crea un panel de medidas y estadísticos asociados para cada valor del factor de capa (o una combinación de valores para dos o más variables de control).

Los resultados de la relación “Lugar de origen - ¿Lee las advertencias de viaje del gobierno de su país?” arrojó que el 57,1 % de los estadounidenses y el 56,5 % de los canadienses sí leen tales advertencias.

Tabla 1. ¿Lee las advertencias de viaje del gobierno de su país?

		Sí	No	Algunas veces	Total
Lugar de origen	EE. UU.	57,1 %	7,1 %	35,7 %	100,0 %
	Canadá	56,5 %	4,3 %	39,1 %	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados arrojados por SPSS.

En el caso de los estadísticos seleccionados, manifestaron relación y/o asociación entre las variables, por lo que se valora su significación estadística. El valor obtenido de Pearson de 0,892 en esta tabla de contingencia permite demostrar una asociación genuina entre quienes leen las advertencias de viaje del gobierno del país de origen, sean estos de

EE. UU. y/o de Canadá, por ello se generaliza al conjunto de la población.

Tabla 2. Medidas simétricas

		Valor	Error tip. asint. a	T aproximada	Sig. aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	.018	.127	.136	.892
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	.016	.128	.119	.906

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados arrojados por SPSS.

De igual manera, de los resultados de la relación “Lugar de origen - En general, ¿cambia de planes de viaje en respuesta a tales advertencias?” se obtuvo que el 57,1 % de los estadounidenses y el 63 % de los canadienses algunas veces consideraron cambiar de planes en respuesta a las advertencias emitidas por sus gobiernos. El 7,1 % de los norteamericanos y el 15,2 % de los canadienses sí cambiaron sus planes.

Tabla 3. En general, ¿cambia sus planes de viaje en respuesta a tales advertencias?

		Sí	No	Algunas veces	Total
Lugar de origen	EE. UU.	7,1 %	35,7 %	57,1 %	100,0 %
	Canadá	15,2 %	21,7 %	63,0 %	100,0 %

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados arrojados por SPSS.

En el caso de los estadísticos seleccionados, manifestaron relación y/o asociación entre las variables, por lo que se valora su significación estadística. El valor obtenido de Pearson de 0,923 permite en esta tabla de contingencia demostrar una asociación genuina entre quienes cambian sus planes de viajes en respuesta a las advertencias realizadas por el gobierno

del país de origen, sean estos de EE. UU. y/o de Canadá, por ello, también se generaliza al conjunto de la población.

Tabla 4. Medidas simétricas

		Valor	Error tip. asint.a	T aproxi- mada	Sig. aproxi- mada
Interva- lo por inter- valo	R de Pearson	-.013	.118	-.097	.923
Ordin- al por ordinal	Correla- ción de Spear- man	.017	.125	.130	.897

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados arrojados por SPSS.

Conclusión

Las personas que viajan en vehículos recreacionales (RV, por sus siglas en inglés) no solo representan parte de un fenómeno poco valorado por parte de los actores responsables de diseñar estrategias de promoción y políticas públicas que apoyen la expansión de centros de hospedaje con estas características. Esto ocurre tal vez porque no se tiene una dimensión clara de la capacidad de desarrollo socioeconómico generado por este tipo de viajeros.

Sin embargo, este estudio refleja una parte de lo esencial que es este segmento, compuesto mayoritariamente por turistas retirados procedentes de Canadá y Estados Unidos, cuyas edades oscilan principalmente entre los 45 y los 54 años, que viajan en su mayoría con amigos o compañeros, mientras que el resto lo hace con familiares, aspecto que contribuye a generar más derrama económica en el destino, pues es un segmento que rara vez viaja solo y su estancia promedio es mayor que la de otro tipo de viajeros en el puerto,

y cuyo gasto estimado mensual supera los 400 dólares.

En cuanto a la percepción de la seguridad, motivo principal de esta investigación, sorprende el hecho de que esta no se ubique como uno de los principales factores que influyen en las decisiones de viaje, como sí lo han advertido diversos estudiosos del turismo, sobre todo a partir de los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001, señalados anteriormente en el apartado teórico de este estudio. Dicha señal podría ser el reflejo de una relajación por parte del turista norteamericano al disminuir la tensión y el clima de inseguridad. Su percepción aumenta positivamente y, por lo tanto, también se incrementa el deseo de viajar durante los últimos años por distintas carreteras y caminos, entre ellos los de Sinaloa. Así mismo, la estadística inferencial muestra que es el canadiense el extranjero que no solo se informa de las alertas de viaje, sino que también las acata, en comparación con el visitante de procedencia estadounidense.

En el tema de las alertas de viaje, es notoria también la importancia que le dan los turistas extranjeros a estas, pero son pocos los que abiertamente cambiarían sus planes como respuesta a una alerta o advertencia de viaje (10,5 % de los respondientes); la mayoría lo hacía en algunas ocasiones (59,4 %), mientras que el resto no lo haría a pesar de estos avisos (30 %). Este hecho manifiesta, por un lado, que para un segmento que continuamente se traslada vía terrestre por distintos caminos y carreteras del territorio mexicano es parte de su patrón de conducta estar informado sobre temas de seguridad, mientras que, por otro lado, el peso de las alertas es relativo y está más relacionado con el contenido de información relacionada con dicha alerta o advertencia.

Por último, desde una óptica socioeconómica, si bien la investigación arrojó resultados importantes, es necesario profundizar en

ellos, por ejemplo, conocer el perfil de consumo, con el objeto de conocer con mayor claridad a qué rubros y en qué porcentaje se destina el gasto realizado. Así mismo, es necesario indagar qué factores intervienen en la decisión de quienes realizan su viaje en casas rodantes, si prefieren hacerlo en grupos organizados (caravanas) o de manera independiente.

Sin descuidar nunca el factor de la seguridad, pues a pesar de que en este ejercicio no se percibieron problemas importantes, diversos estudios han evidenciado cómo algunas situaciones violentas generan un clima de inseguridad y, por ende, una percepción negativa que puede inhibir los viajes y el turismo.

Bibliografía

- Amorin, E., Gandara, J. M., Tarlow, P. y Korstanje, M. E. (2012). Seguridad percibida en la ciudad de Curitiba. Un sondeo exploratorio en residentes locales y turistas. *Revista de Análisis Turístico*, 14, 1-9. Recuperado de goo.gl/0UkWGS
- Barker, M., Page, S. J. y Meyer, D. (2003). Urban visitor perceptions of safety during a special event. *Journal of Travel Research*, 41(4), 355-361. DOI: 10.1177/0047287503041004004
- Bringas, N. L. y Verdusco, B. (2008). La construcción de la frontera norte como destino turístico en un contexto de alertas de seguridad. *Región y Sociedad*, 20(42), 3-36. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10204201>
- CEV - Center for Economic Vitality. (2011). *RV Parks Industry Snapshot*. Washington: Western Washington University.
- CIT - Center of Investment & Trade. (2012). *Buen turismo, buenos negocios*. Sinaloa, México: Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno del Estado de Sinaloa. Recuperado de <http://www.citsinaloa.gob.mx/buenturismo.pdf>
- De La Torre, F. (2000). *Sistemas de transportación turística*. México: Editorial Trillas.
- Departamento de Asuntos Extranjeros y Comercio Internacional, Canadá. (2013). *Travel Report for México. Foreign Affair and International Trade Canada* [En línea]. Recuperado de <http://travel.gc.ca/destinations/mexico>
- Departamento de Estado, Estados Unidos de Norteamérica. (2015). *Mexico Travel Warning*. Recuperado de <http://travel.state.gov/content/passports/english/alertswarnings/mexico-travel-warning.html>
- Díaz Alvarado, Ó. F. (2011). Proyecto inmobiliario "Isla Amaítlán Garden City, Mazatlán". *Revista Estudios Agrarios*, 17(49), 157-167. Recuperado de goo.gl/hV1ymk
- Dimanche, F. y Lepetic, A. (1999). New Orleans tourism and crime: A case study. *Journal of Travel Research*, 38(1), 19-23. DOI: 10.1177/004728759903800105
- Dominguez, P., Bernard, A. y Burguete, E. (2002). Image, safety and risk management in tourism destinations. *Studies and Perspectives in Tourism Electronic Journal*, 11(1).
- Dwyer, L. y Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-413. DOI: 10.1080/13683500308667962
- Everitt, J. y Welsted, J. (1999). Way down yonder, down Mexico way: Tourists, snowbirds and expats in Mexico. *Prairie Perspectives*, 2, 179-189. Recuperado de goo.gl/XpexZh
- Feixa, C. (2008). La generación digital. En B. Gros (coord.), *Video juegos y aprendizaje* (pp. 31-50). Barcelona, España: Editorial Graó.
- Fernández Ávila, V. R. (2002). El impacto del terrorismo en las llegadas de turismo internacional.

cional. Algunos ejemplos. *Turismo y Sociedad*, v(1), 70-79.

George, R. (2010). Visitor perceptions of crime-safety and attitudes towards risk: The case of Table Mountain National Park, Cape Town. *Tourism Management*, 31(6), 806-815. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.08.011

_____. (2003). Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape Town. *Tourism Management*, 24(5), 575-585. DOI: 10.1016/S0261-5177(03)00003-7

González, S., López, E. y Yáñez, J. A. (1994). *Seguridad pública en México. Problemas, perspectivas y propuestas*. Ciudad de México, D. F.: Universidad Nacional Autónoma de México.

Grünewald, L. A. (2010). La seguridad en la actividad turística. La percepción desde la óptica de la demanda. En L. A. Grünewald (comp.), *Municipio, turismo y seguridad* (pp. 19-34). Buenos Aires, Argentina: Fundación Turismo para Todos, Universidad Nacional de Quilmes y OEA. Recuperado de goo.gl/Bg4kNF

Gurría Di-Bella, M. (1994). *Introducción al turismo*. México: Editorial Trillas.

Hardy, A. (2006). Understanding selfdrive tourism (rubber tire traffic): A case study of Bella Coola, British Columbia. En N. Vaugeois (ed.), *Informed Leisure Practice: Cases as conduits between theory and practice* (vol. 2). Nanaimo: Recreation and Tourism Research Institute.

Hogan, T. D. y Steinnes, D. N. (1996). Arizona sunbirds and Minnesota snowbirds: Two species of the elderly seasonal migrant genus. *Journal of Economic and Social Measurement*, 22(2), 129-139. DOI: 10.3233/JEM-1996-22203

Holloway, J. C. (1997). *El negocio del turismo* (Trad. Héctor de Lille). México: Editorial Diana.

Huesca González, A. y Ortega Alonso, E. (2007). *La percepción de inseguridad en Madrid*. Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas.

INEGI. (2012). *Anuario Estadístico de Sinaloa*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

_____. (2014). *Anuario Estadístico y Geográfico de Sinaloa*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

López, L. (18 de octubre de 2010). Espanta violencia a casas rodantes. *Noroeste.com*. Recuperado de goo.gl/gjZL2M

Madrid Flores, F. (2012). *Diagnóstico y oportunidades del turismo en México*. México, D. F.: Editorial Limusa.

Martín, H. (16 de mayo de 2011). Some Americans shrug off federal travel warnings, survey says. *Los Angeles Times*. Recuperado de goo.gl/9wyF1v

Martínez, O. C., Ruiz, J. G. y Verján, R. (2012). Aproximación al modelo discriminante de la percepción de la seguridad turística. El caso de Baja California. En A. López, G. López, E. Andrade, R. Chávez y R. Espinoza (coords.), *Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación* (pp. 529-543). México, D. F.: Academia Mexicana de Investigación Turística y Universidad de Guadalajara. Recuperado de goo.gl/tkpc6f

Molina, S. (2007). *Política turística en México*. México, D. F.: Editorial Trillas.

_____. (2006). *El posturismo. Turismo y posmodernidad*. México, D. F.: Editorial Trillas.

Ochoa, K. y Santamaría, A. (2012). *El mango: como ingrediente principal de una ruta gastronómica y símbolo de identidad*. V Congreso Latinoamericano de Investigación Turística. Universidad de São Paulo, Brasil. Recuperado de goo.gl/0h7C2E

- OMT – Organización Mundial del Turismo. (2014). *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2014*. Madrid: Organización Mundial del Turismo. Recuperado de goo.gl/mgVjdB
- Paris, N. (14 de julio de 2013). Nine in ten unaware of Foreign Office travel warnings. *The Telegraph*. Recuperado de goo.gl/hvBEfy
- Pizam, A. (1999). A comprehensive approach to classifying acts of crime and violence at tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 38(1), 5-12. DOI: 10.1177/004728759903800103
- Powers Tomasso, L. (2010). *A study of sustainability at RV parks*. Recuperado de goo.gl/Y3jTxN
- Puyo Tamayo, G. A. (2002). Profundizaciones, reafirmaciones y cambios. En AA. VV., *El orden del 11 de septiembre* (pp. 39-49). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Rodríguez, E., Requena, K. y Muñoz, J. (2009). La percepción turística del mercado español hacia Latinoamérica. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 10(2), 133-166. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1701/170118863008.pdf>
- Santamaría-Gómez, A. (2002). *El nacimiento del turismo en Mazatlán: 1923-1971*. Culiacán, México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Santamaría-Gómez, A. y Flores-Gamboa, S. (2012). *Escenarios de violencia e inseguridad en los destinos turísticos. Mazatlán como estudio de caso*. Mazatlán, Sinaloa, México: Universidad Autónoma de Sinaloa y FACISO.
- Schafran, A. y Monkkonen, P. (2011). Beyond Chapala and Cancun: Grappling with the impact of american migration to Mexico. *Migraciones Internacionales*, 6(2), 223-258. Recuperado de goo.gl/D3eVrF
- SECTUR. (2012). *El turismo en México 2012*. México: Secretaría de Turismo. SECTUR. (2006). *Comportamiento, avances y perspectivas del turismo en México*. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Smith, S. K. y House, M. (2006). Snowbirds, sunbirds, and stayers: Seasonal migration of elderly adults in Florida. *Journal of Gerontology: Social Sciences*, 61B(5), 232-239. Recuperado de goo.gl/ba6LiR
- Torrucó Márquez, M. y Ramírez Blanco, M. (1987). *Servicios turísticos: La oferta turística y sus principales componentes*. México: Editorial Diana.
- Yarto, E. (2012). *Turismo de reuniones: convenciones, incentivos, congresos y exposiciones*. México: Editorial Trillas.
- Viallon, P. (2012). Retired snowbirds. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2073-2091. Recuperado de goo.gl/ZZuSU0
- Yüksel, A. y Yüksel, F. (2007). Shopping risk perceptions: Effects on tourists' emotions, satisfaction and expressed loyalty intentions. *Tourism Management*, 28(3), 703-713. DOI: 10.1016/j.tourman.2006.04.025