

EVALUACIÓN, CAPACITACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE MICROEMPRESAS TURÍSTICAS EN LA ZONA DE PIE DE LA CUESTA

Miguel Angel Cruz-Vicente¹

Darbelio Agatón-Lorenzo²

RESUMEN

El presente documento es la segunda parte del Programa de Capacitación para la Integración de Cadenas Productivas, Esquemas de Colaboración y Asociación Empresarial, que tiene como finalidad la reactivación económica de diversas zonas urbanas, suburbanas y rurales, de la Ciudad y Puerto de Acapulco; esto a partir de la conjunción de proyectos de desarrollo que realizan la Secretaria de Turismo y la Secretaria de Planeación y Desarrollo Económico, a través de la Subsecretaria de Planeación Turística, la Dirección de Desarrollo Económico, y la Dirección de Desarrollo Rural, cada una en su ámbito de competencia.

El área de oportunidad de reactivación económica donde se realizan los proyectos productivos es en la Zona de Pie de la Cuesta, con el propósito de hacerla más competitiva y transitar hacia el modelo de desarrollo turístico sustentable, debido a que todavía posee áreas de espacio natural virgen que se deben conservar para el uso y disfrute de las futuras generaciones.

Esta segunda fase del proyecto de desarrollo se refiere al proceso de capacitación y certificación de las microempresas prestadoras de servicios turísticos, elementos esenciales para la competitividad turística de la zona.

¹ Candidato a Doctor en Ciencias de Desarrollo Regional. Unidad Académica de Turismo de la Universidad Autónoma de Guerrero, Tel: (01) 744-445-50-55; e-mail: miguelcruz_vicente@hotmail.com

² Doctor en Ciencias de Desarrollo Regional. Unidad Académica de Turismo de la Universidad Autónoma de Guerrero, Tel: (01) 744-445-50-55; e-mail: darbelio24@hotmail.com

La competitividad de las microempresas turísticas se engloba en seis programas fundamentales: Certificación de competencia laboral, Punto limpio, Empresa Moderniza, Distintivo M, Distintivo H y Distintivo S; adicionalmente la certificación de playas forma parte de la competitividad de los destinos turísticos que utilizan el modelo tradicional (sol y playa) como forma de crecimiento³.

El concepto de competitividad es complejo, en el sentido de que contiene una fuerte carga de subjetividad y posee un carácter multidimensional. Además, se puede aplicar a diferentes escalas: un país, un producto o servicio determinado, pasando por una región, un municipio, un sector económico, una corporación empresarial, una empresa individual o simplemente a un individuo.

Por tal motivo y para que Acapulco perdure en el tiempo, es necesario volver competitivas a las microempresas prestadoras de servicios turísticos ubicadas en la Zona de Pie de la Cuesta a partir de la capacitación y certificación, y que transite del modelo tradicional al paradigma del desarrollo turístico sustentable a partir de la conservación de su espacio virgen por medio de una reglamentación sobre el uso del suelo que no trastoque su entorno natural.

Palabras claves: competitividad turística, reactivación económica, modelo tradicional, espacio natural virgen.

³ Según Ayala (2000: 36), se utiliza indistintamente: modelo de desarrollo, forma de crecimiento, esquema de desarrollo, patrón de acumulación de capital, patrón de desarrollo; estos conceptos involucran tanto la evolución de la economía como la política económica que la acompaña.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto ha sido diseñado para microempresarios ubicados en la Zona Turística de Pie de la Cuesta, la razón principal de elegir a estas microempresas se deriva de un análisis de la situación y de las circunstancias que enfrentan en materia de publicidad, comercialización e imagen.

Es importante reconocer que Acapulco es un destino de temporadas: semana santa, verano y diciembre, y de fin de semana, así ha funcionado; tiempo en el cual se generan ingresos importantes pero no suficientes para garantizar el crecimiento de las empresas y el desarrollo económico de las zonas que integran al municipio, hechos constatados por los microempresarios prestadores de servicios turísticos de Pie de la Cuesta, por lo que sus ingresos no son constantes y mucho menos permanentes, lo que ha dado como resultado que la tasa de desempleo y los índices de pobreza registren incrementos considerables.

Por lo anterior, el presente proyecto integral está orientado y enfocado, en transferir las herramientas y estrategias de comercialización, a través de cuatro ejes fundamentales que contribuirán a mejorar las condiciones de las microempresas y emprendedores, para garantizar su permanencia y el incremento en sus ingresos: 1) Comunicación y comercialización, 2) Innovación, 3) Competitividad y 4) Tecnología.

Enfocarse en los ejes antes descritos, es una estrategia basada en mejorar los niveles de comunicación con los clientes y proveedores, basado en el escuchar siempre y responder a tiempo, mejorar los niveles de competitividad con el uso de equipos y herramientas tecnológicas. Además el presente proyecto integrará, dentro de los puntos a desarrollar, el diseño y propuesta de la diversificación de la oferta turística de Pie de la Cuesta, con esto, se

pretende mostrar las potencialidades de la zona, con el objetivo de hacerla más atractiva y garantizar que los turistas la visiten durante todo el año.

COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: EL TURISMO EN EL MUNDO

El turismo es una de las principales actividades económicas en el mundo, en el año 2012 constituyó el 9 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, representó el 6 por ciento del comercio internacional, uno de cada once puesto de trabajo directos, indirectos o inducidos son creados por la actividad turística dado que favorece la realización de actividades que atienden la demanda de los turistas como: el hospedaje, la alimentación, el transporte, la diversión, el conocimiento de las tradiciones, atractivos y de la cultura, entre otras, contribuyó con el 6 por ciento de las exportaciones de los países menos desarrollados⁴, generó un billón 159 mil millones de dólares por concepto de ingresos por turismo internacional en 2013⁵, según cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Además, atrae inversión nacional y extranjera, e impulsa la infraestructura regional mediante la construcción de vías de comunicación aérea, terrestre o marítima.

En el año 2013 Francia fue el país preferido por 89 millones de turistas, lo cual lo ubicó al tope del ranking mundial del turismo⁶, detrás de ellos quedaron los Estados Unidos (69.8 millones de visitantes), España (60.7 millones), seguidos por China (55.7 millones), en quinta posición se ubicó Italia con 47.7 millones de turistas; México ocupó el decimoquinto lugar con 23.7 millones de visitantes. Estados Unidos fue el primer lugar en divisas generadas por el turismo con 139.6 Miles de Millones de Dólares (MMD), seguido por España (56.3 MMD) y detrás de ellos se

⁴ http://dtx tq4w60xqp w.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp_hr.pdf (06/07/2014).

⁵ http://dtx tq4w60xqp w.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/34_table_barom_es.pdf (06/07/2014).

⁶ <http://www.infobae.com/2014/01/21/1538418-los-paises-del-mundo-mas-visitados-los-turistas> (06/07/2014).

encuentran Francia (56.1 MMD) y China (51.7 MMD). México ocupó la vigesimotercera posición con 13.8 MMD⁷.

De acuerdo con el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial (2013), México perdió una posición pasando del lugar 43 (2011) al 44 (2013)⁸.

En nuestro país, el turismo es uno de los sectores económicos con mayor potencial para detonar el desarrollo, además de ser una de las actividades en franca expansión en el contexto internacional. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en 2011 generó 8.4 por ciento del PIB nacional, representa el cuarto sitio en entradas de divisas a nuestro país alcanzando un monto de 13 mil 819 millones de dólares en 2013. Genera más de 2.2 millones de empleos, aunque según el Observatorio Laboral de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social al cierre de 2013 el sector registró 3.1 millones de empleos⁹.

PROGRAMAS PARA LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA EN MÉXICO

La competitividad de las microempresas turísticas se engloban en los siguientes programas propuestos por la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR): 1) Certificación de competencia laboral, 2) Punto limpio, 3) Empresa Moderniza, 4) Distintivo M, 5) Distintivo H y 6) Distintivo S.

PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIA LABORAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO¹⁰

La competencia laboral es el conjunto de habilidades, aptitudes y actitudes, que las personas han adquirido a través de su vida y que la aplican en la realización de su trabajo.

⁷ http://www.siiimt.com/work/models/siiimt/Resource/3a160152-2240-4ad3-93cd-c2e567a1cdc2/FACT_SHEET_Abr14.pdf (06/07/2014).

⁸ http://www3.weforum.org/docs/TTCR/2013/TTCR_OverallRankings_2013.pdf (27/07/2014).

⁹ Programa Nacional de Infraestructura 2014-2018. Tomado de <http://presidencia.gob.mx/pni/consulta.php?c=1> (27/07/2014).

¹⁰ http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9244_competencia_laboral (27/07/2014).

El programa surge para evaluar y certificar la capacidad laboral de las personas, este proceso se realiza con base en las Normas Técnicas de Competencia Laboral (NTCL)¹¹, al finalizar se les otorga un certificado con validez oficial, reconocido a nivel nacional. Es ofrecido por la Secretaría de Educación Pública (SEP) a través del Consejo de Normalización y Certificación de Competencia Laboral (CONOCER).

El procedimiento para la competencia laboral es el siguiente:

1. El candidato acude voluntariamente a un centro de evaluación.
2. El centro de evaluación es el encargado de valorar el desempeño de los aspirantes y capacitarlos para la certificación, después envía las evidencias a un órgano certificador.
3. El organismo certificador, revisa y avala la transparencia del proceso, y es el ente que gestiona ante el CONOCER el certificado cuando el candidato resulta competente.
4. El CONOCER emite los certificados e interviene en caso de controversias.

Los centros de evaluación son entidades acreditadas por organismos certificadores, que se dedican a impartir capacitación basada en competencias y evaluar a los candidatos.

Tabla 1. Guerrero: entidades de certificación

No.	Instancias de certificación
Sector educativo público	
1.	Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP)
2.	Dirección General de Centros de Formación para el Trabajo (DGCFT)
Sector productivo	
3.	Centro Nacional de Productividad y Empleo (CROC)
Empresas privadas especializadas en certificación	
4.	COMPECER S.C.
5.	Excelencia Laboral, S.C. (EXCELA)
6.	Red Interamericana de Competencias, S.A. de C.V. (RIC)
7.	Servicios Integrales para la calidad y la Competencia Organizacional, S.C. (SICCOR)

Fuente: http://observatoriodelacapacitacion.stps.gob.mx/oc/pdf/46_guerrero.pdf (27/07/2014)

¹¹ http://sistemanacionaldecapacitacion-turismo.stps.gob.mx/sncst/pdf/26_conocer_7_coordinacion_servicios_limpieza.pdf (28/07/2014).

Para la SECTUR es importante que los prestadores de servicios turísticos cuenten con las herramientas necesarias para desempeñarse de manera competitiva en el mercado laboral. La formación orientada por competencias privilegia el desarrollo de capacidades asociadas a la comprensión de lo que se hace, facilitando el aprendizaje y la adaptación, y se visualiza el panorama para la selección de personal, el cual puede fundamentarse en sus capacidades.

Los posibles beneficios de la certificación de competencia laboral son:

- Para las empresas turísticas. Contarán con personal que posea los conocimientos y la experiencia necesaria para un adecuado desempeño de sus funciones.
- Para los trabajadores. Conocerán su situación en el mercado de trabajo, donde identificarán sus necesidades de formación y desarrollo profesional, además contarán con un documento reconocido que pueda ampliar sus oportunidades de superación en la empresa.
- Para las instituciones educativas. Generarán planes y programas de estudio bajo el esquema de NTCL, además de facilitar la incorporación de sus egresados al ámbito laboral.

Tabla 2. Estándares de competencia disponibles en el estado de Guerrero

Sector turismo y restaurantero	
1.	Atención a comensales
2.	Atención a comensales en servicio de especialidades
3.	Coordinación de los servicios de alimentos y bebidas
4.	Coordinación de los servicios de limpieza de habitaciones y áreas de estancia para alojamiento temporal
5.	Limpieza de cocinas industriales
6.	Preparación de alimentos
7.	Preparación de habitaciones para alojamiento temporal
8.	Preparación y servicio de bebidas
9.	Prestación del servicio de recepción y atención de aire acondicionado y refrigeración comercial
10.	Venta de productos, mercancías y servicios de manera personalizada en piso
11.	Almacenamiento de mercancías en establecimientos
12.	Registro y cobro de productos, mercancías y servicios en establecimientos
13.	Instalación y mantenimiento de sistemas de aire acondicionado y refrigeración comercial

Fuente: http://observatoriodelacapacitacion.stps.gob.mx/oc/pdf/46_guerrero.pdf (27/07/2014).

BUENAS PRÁCTICAS DE SEGURIDAD Y CALIDAD HIGIÉNICA EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS: “PUNTO LIMPIO”¹²

El programa surgió como respuesta a la contingencia sanitaria registrada por el virus AH1N1 en nuestro país en el año 2009, y tiene como objetivo: apoyar a los micro, pequeños y medianos empresarios turísticos para conducir sus negocios hacia la incorporación de buenas prácticas de higiene en los modelos de gestión de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), con la finalidad de proteger la salud de sus clientes, de sus trabajadores, de las comunidades receptoras, así como promover la cultura de la calidad higiénica.

Tabla 3. Micro, Pequeñas y Medianas Empresas sujetas al sello de calidad “Punto Limpio”

Restaurantes y bares	Operadoras de buceo
Hoteles y moteles	Centros de ocio y entretenimiento
Cafeterías	Spas
Agencias de viajes	Centros ecoturístico
Arrendadoras de autos y/o autobuses	Parques acuáticos y/o balnearios

Fuente: http://www.sectur.gob.mx/PDF/operacion_turistica/LINEAMIENTOS_PUNTO_LIMPIO_11122012.pdf
 (27/07/2014)

El sello de calidad “Punto Limpio”, es un reconocimiento que otorga la SECTUR a las MIPYMES turísticas, por haber implementado su metodología desarrollada y aplicada por personas capacitadas y especializadas, a efecto de obtener el sello de calidad en diferentes áreas de su negocio.

Tabla 4. Unidades de negocio que pueden ser evaluadas con el sello de calidad “Punto Limpio”

Recepción	Área de restaurantes
Lobby	Área de comensales
Salones (para eventos)	Terrazas
Albercas	Áreas de juegos
Habitaciones	Gimnasio
Spa	Área de preparación de alimentos en frío
Área de negocios	Área de preparación de alimentos en caliente

Fuente: http://www.sectur.gob.mx/PDF/operacion_turistica/LINEAMIENTOS_PUNTO_LIMPIO_11122012.pdf
 (27/07/2014)

¹² http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Punto_Limpio (27/07/2014)

La capacitación para el sello de calidad “Punto Limpio”, evalúa cinco elementos que se miden al inicio y al finalizar el programa, lo que permite verificar los beneficios del mismo en cada uno de esos elementos que son:

1. Formación de gestores
2. Calidad higiénica
3. Buenas prácticas por unidad de negocio
4. Aseguramiento de calidad
5. Asesoría y validación.

Si los entregables preestablecidos por SECTUR cumplen con el 90 por ciento de puntos, el establecimiento se hará acreedor al Sello de Calidad.

Las empresas que implementan exitosamente el programa y aprueben la verificación final, reciben el sello de calidad “Punto Limpio”, que es emitido y entregado por la SECTUR, mismo que tiene vigencia de un año.

El Programa de Buenas Prácticas, garantiza la higiene de sus unidades de negocio y la capacitación del personal para sus usuarios.

- Determina la correcta definición de los procedimientos y procesos necesarios desde el principio de su implementación, no sólo mejorando los estándares en materia de higiene, garantizando la seguridad del personal y protegiendo el medio ambiente, sino que además supone ahorros económicos.
- Verificará a través de herramientas de calidad tanto los procesos como al trabajador, con el fin de asegurar las buenas prácticas de higiene en todas sus áreas.
- El programa ayuda a la gerencia de las empresas participantes a cumplir con las normas oficiales relativas a la higiene.

EL PROGRAMA DE APOYO A LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA TURÍSTICA: EMPRESA MODERNIZA¹³

El objetivo de las empresas moderniza es ofrecer a las MIPYMES turísticas herramientas útiles para mejorar su desempeño, incrementar la satisfacción de las necesidades de sus clientes, generar más y mejores empleos, y mejorar sus resultados financieros.

El programa se encuentra integrado por tres estrategias fundamentales:

1. Profesionalización y modernización.
2. Financiamiento competitivo.
3. Ventanilla única para gestión de proyectos turísticos.

1. Profesionalización y modernización (Programa de Calidad Moderniza: Distintivo “M”)

El Distintivo “M” es un programa de capacitación, asesoría y acompañamiento que facilita a las MIPYMES turísticas el incorporar a su forma de operar herramientas efectivas y prácticas administrativas modernas, que les permiten mejorar la satisfacción de sus clientes, mejorar el desempeño de su personal, mejorar el control del negocio, disminuir los desperdicios, incrementar su rentabilidad, en pocas palabras, hacer más competitiva a la empresa.

2. Financiamiento competitivo

Ofrece apoyo a la MIPYMES turísticas para su modernización y crecimiento, se podrá contar con los recursos para capital de trabajo y equipamiento, acceso a capacitación y asistencia técnica.

Las empresas beneficiadas son las que se encuentren acreditadas con el Distintivo “M”, y las ubicadas en los Pueblos Mágicos dedicadas al comercio y/o servicios, las pequeñas y

¹³ http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Empresas_Moderniza_M (27/07/2014)

medianas empresas del sector en localidades turísticas y los proveedores nacionales de empresas turísticas.

Los créditos de las MIPYMES turísticas van dirigidos a la profesionalización y modernización de los pequeños hoteles, agencias de viajes, restaurantes y servicios turísticos en México.

El apoyo a los proveedores es a partir de la apertura de líneas de factoraje a empresas medianas del sector, mediante este sistema electrónico que ofrece Nacional Financiera (NAFINSA) se podrán generar cadenas productivas.

Las MIPYMES turísticas es un segmento que actualmente no es atendido por la banca comercial, no existe el financiamiento a hoteles y proyectos turísticos pequeños. El apoyo a este segmento de montos medianos, tiene un alto impacto en la generación de empleos directos e indirectos, así como en el desarrollo de proveedores, tanto en el periodo de construcción, la ampliación, remodelación, equipamiento, operación y/o adquisición.

3. Ventanilla única para gestión de proyectos turísticos

A través de esta estrategia se busca establecer una ventanilla única para agilizar trámites de autorizaciones, que involucran a diversas instancias del gobierno federal con el fin de promover la realización de más proyectos turísticos.

Esta línea de acción brindará al empresario turístico una mayor certidumbre jurídica y facilidad para realizar en un solo sitio, las gestiones necesarias para abrir una empresa.

PROGRAMA DE CALIDAD MODERNIZA: DISTINTIVO “M”¹⁴

El Distintivo “M” es el reconocimiento que la SECTUR otorga a todas las empresas turísticas que han logrado implementar exitosamente el Programa de Calidad Moderniza, y que avala la adopción de las mejores prácticas, es una distinción de empresa turística modelo.

El Distintivo “M” tiene una vigencia de un año a partir de la fecha en que la SECTUR lo expide y ostenta un número de folio el cual es único y permanente. Al finalizar esta vigencia las empresas que deciden renovar conservan su registro cambiando únicamente la vigencia. Derivado de los lineamientos que rigen al programa y de acuerdo a la lista de verificación, los elementos que se consideran para otorgar el Distintivo “M” a las empresas son:

1. Calidad humana
2. Satisfacción del cliente
3. Gerenciamiento de rutina
4. Gerenciamiento de mejora
5. Resultados.

El valor para cada uno de estos elementos es de 20 puntos, aquellas MIPYMES que en su proceso alcancen al menos 80 puntos de un total de 120, recibirán el Distintivo "M". Cabe destacar que los 20 puntos adicionales a estos 5 elementos se otorgan a cada empresa participante con la asistencia y tareas encomendadas a lo largo de su proceso de certificación.

PROGRAMA NACIONAL DE MANEJO HIGIÉNICO DE ALIMENTOS: DISTINTIVO “H”¹⁵

Desde 1990 se implementó en nuestro país el programa de manejo higiénico de alimentos. El Distintivo "H" es un reconocimiento que otorgan la SECTUR y la Secretaría de Salud, a aquellos

¹⁴ http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_DistintivoM (27/07/2014).

¹⁵ http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9231_distintivo_h (27/07/2014).

establecimientos fijos de alimentos y bebidas, por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605-NORMEX-2004.

El Distintivo "H" es 100 por ciento preventivo, lo que asegura la advertencia de una contaminación que pudiera causar alguna enfermedad transmitida por alimentos; este programa contempla un programa de capacitación al 80 por ciento del personal operativo y al 100 por ciento del personal de mandos medios y altos, esta capacitación es orientada por personal capacitado y los conocimientos que se imparten están estructurados bajo lineamientos dictados por un grupo de expertos en la materia.

La asesoría consiste en ofrecer al personal que labora en los establecimientos fijos de alimentos y bebidas, una serie de recomendaciones y técnicas para el lavado, desinfección, limpieza, almacenamiento, congelación, refrigeración, descongelación, higiene personal, entre otros, para ser implementados como un proceso de mejora.

Tabla 5. Elementos que se incluyen dentro de la verificación para el Distintivo "H"

Recepción de alimentos	Área de servicio
Almacenamiento	Agua y hielo
Manejo de sustancias químicas	Servicios sanitarios para empleados
Refrigeración	Manejo de basura
Congelación	Control de plagas
Área de cocina	Personal
Preparación de alimentos	Bar

Fuente: http://www.ticscalidadenserviciosalimenticios.com.mx/distintivo_h/ (27/07/2014)

El "Distintivo H" contempla cumplir con la normatividad establecida por la Secretaría de Salud, tomando en cuenta las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), para que los prestadores de servicios mejoren su calidad a través de la higiene de los alimentos y de una manera voluntaria se sometan a una verificación de las operaciones en cuanto a protección de alimentos se refiere, desde la compra y recepción de estos, el almacenamiento,

descongelación, cocción, conservación y servicio, para finalmente reconocer sus esfuerzos al otorgarles un incentivo promocional como el Distintivo “H”, que otorga la SECTUR y que es avalado por la Secretaría de Salud. La SECTUR, a través del "Programa H" fue precursora y promotora de esta tendencia internacional, homologando conceptos con Estados Unidos y Canadá.

El programa “Distintivo H” tiene como propósitos fundamentales:

1. Disminuir la incidencia de las Enfermedades Transmitidas por los Alimentos (ETA's) en los turistas nacionales y extranjeros.
2. Mejorar la imagen internacional de nuestro país en materia de prevención y control de las ETA's.

Distintivo “S”¹⁶

El Distintivo “S” tiene como antecedentes: 1) el décimo punto¹⁷ del Acuerdo Nacional por el Turismo¹⁸ (28/02/2011) y 2) el seguimiento a los convenios de colaboración firmados entre la SECTUR con las organizaciones Rain Forest Alliance y EarthCheck (03/08/2012); con el objetivo de impulsar el uso de criterios sustentables en el desarrollo de proyectos turísticos y alinearlos a criterios globales avalados por la OMT.

El Distintivo “S” es un reconocimiento a las buenas prácticas sustentables de los prestadores de servicios turísticos, esta certificación les permitiría generar ahorros promedio de 30 por ciento en consumo energético, disminución de residuos y un 20 por ciento en consumo de agua.

¹⁶ [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_226_\(27/07/2014\)](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_226_(27/07/2014)).

¹⁷ Promover el desarrollo equilibrado sustentable, para que los prestadores de servicios turísticos actúen con conciencia y criterios de conservación del medio ambiente, de ahorro de energía y de preservación de las riquezas naturales.

¹⁸ El Acuerdo Nacional de Turismo se firma el 28 de febrero de 2011, con la finalidad de posicionar a nuestro país dentro de los primeros destinos turísticos del mundo con miras al 2018. http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Que_es_el_Acuerdo_Nacional_por_el_Turismo (04/08/2014).

La SECTUR fomentará la participación de los prestadores de servicios turísticos en programas de implementación de prácticas de turismo sustentable y realizará acciones de promoción de la oferta turística a nivel nacional e internacional. Las organizaciones EarthCheck y Rain Forest Alliance, brindarán asesoría técnica y capacitación en los temas de desarrollo sustentable del turismo, cambio climático y en los procesos de planeación estratégica.

Los beneficios que se obtendrán con esta acción, serán el reconocimiento del Gobierno Federal a las buenas prácticas sustentables, la reducción de los costos de operación en los consumos de agua, electricidad y combustibles fósiles, sin sacrificar la calidad de los servicios e incrementando la rentabilidad; además permitirá mejorar su competitividad y posicionamiento en el mercado, acceder a campañas de promoción como empresas comprometidas con la sustentabilidad y ser la base para la creación de destinos sustentables en el país¹⁹.

Las empresas interesadas deberán desarrollar, inicialmente, una autoevaluación en cuatro rubros principales: política de sostenibilidad, consumo de energía eléctrica, consumo de agua potable y manejo de residuos. Realizado este diagnóstico, las organizaciones EarthCheck y Rain Forest Alliance impartirán la capacitación necesaria en temas de sustentabilidad y buenas prácticas ambientales.

Una vez que las empresas obtengan el distintivo, la SECTUR en coordinación con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), impulsará acciones de promoción que apoyarán el incremento de clientes, la competitividad de las empresas y su rentabilidad.

¹⁹ <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/7414/1/images/Gustavo%20Lopez.pdf> (27/07/2014).

CAPACITACIÓN PARA LA CERTIFICACIÓN DE LAS MYPIMES TURÍSTICAS EN LA ZONA DE PIE DE LA CUESTA

Acapulco es un destino turístico de playa, es un producto que permite mantener a una sociedad económicamente activa, debido a que el puerto de Acapulco aporta el 60 por ciento al PIB turístico del estado de Guerrero, de la población económicamente activa que asciende a 297 mil 612 personas el 67 por ciento se dedica al sector servicios, de las cuales 44 mil están empleadas directamente en empresas de servicios de restaurantes y de alojamiento, y el 79 por ciento está ligada a actividades complementarias como: comercio, transporte, comunicaciones, servicios profesionales, gobierno y servicios diversos²⁰.

Desde la visión del espacio turístico, Acapulco está dividido en tres zonas: Diamante, Dorada y Tradicional. Por cuestiones estadísticas a Pie de la Cuesta se le incluye en la Zona Tradicional. Se localiza a 10 kilómetros (km) al noroeste de la Bahía de Acapulco, se extiende por la franja costera: de un lado el Océano Pacífico y al otro costado la Laguna de Coyuca.

En nuestro país las MIPYMES constituyen la columna vertebral de la economía, esto derivado de los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del INEGI existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8 por ciento generan 52 por ciento del PIB y 72 por ciento del empleo²¹.

El primer paso para identificar las MIPYMES que se ubican en la zona fue un levantamiento *in situ*, y plasmado en el Inventario de empresas prestadoras de servicios turísticos de la franja turística de Acapulco, realizado en septiembre del año 2013.

²⁰ Véase el Plan municipal de desarrollo del municipio de Acapulco de Juárez 2012 – 2015.

²¹ <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html> (04/08/2014).

Al visitar las colonias ubicadas en la Carretera a la Barra de Coyuca, se observó una reacción no esperada de parte de las personas que respondieron a los cuestionamientos, ya que de acuerdo a su opinión, existe “indefinición” con respecto a los límites físicos entre los municipios de Acapulco y Coyuca de Benítez. Cabe aclarar que los representantes de algunas empresas se mostraron atentos y agradecieron que se les visitara a nombre del H. Ayuntamiento de Acapulco.

El levantamiento de información se inició con las empresas ubicadas en la Colonia Fuerza Aérea, quienes si aceptan pertenecer al Municipio de Acapulco, no así los habitantes de la Colonia Luces en el Mar, ya que sus licencias de funcionamiento son expedidas por el H. Ayuntamiento de Coyuca de Benítez. Posteriormente se continuó por la avenida principal de Pie de la Cuesta.

La mayoría de los establecimientos de hospedaje de la zona son pequeños y sus administradores no distinguen a qué categoría pertenecen. Los resultados del inventario de las empresas prestadoras de servicios turísticos se presentan en la tabla siguiente.

Tabla 6. Empresas prestadoras de servicios turísticos en la Zona de Pie de la Cuesta

Giro de la empresa	Número de empresas	Porcentaje
Establecimientos de hospedaje	31	50.0
Restaurantes	22	35.5
Transporte marítimo	7	11.3
Cafetería	1	1.6
Clubes de playa	1	1.6
Total de empresas identificadas	62	100.0

Nota: el transporte marítimo corresponde a las embarcaciones de recreo y son siete las cooperativas

Fuente: elaboración propia, trabajo de campo

El costo por capacitar y certificar una empresa prestadora de servicios turísticos asciende a 34 mil pesos (precio sin IVA), la forma de financiamiento es de la manera siguiente: 70 por ciento

con recurso federal (a través del Instituto Nacional del Emprendedor, “INADEM”), 20 por ciento el H. Ayuntamiento de Acapulco y el 10 por ciento el empresario.

Los programas para la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad van encaminados a la obtención del Distintivo “M”. Se pretende capacitar, en un primer momento, a 20 MIPYMES prestadoras de servicios turísticos.

Tabla 7. Gastos para la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad

Costo por empresa			
Costo total	Gobierno Federal (70 por ciento)	Gobierno Municipal (20 por ciento)	Empresario (10 por ciento)
34,000.00	23,800.00	6,800.00	3,400.00
Costo por 20 empresas			
680,000.00	476,000.00	136,000.00	68,000.00

Nota: no incluye IVA

Fuente: elaboración propia.

Los requisitos que deben de cubrir los empresarios para incorporarse al programa de evaluación, capacitación y certificación, es la normatividad exigible por el INADEM y SECTUR.

El Distintivo “M” facilitará a las MIPYMES turísticas incorporar a su forma de operar herramientas efectivas y prácticas administrativas modernas, que les permitan mejorar la satisfacción de sus clientes, para que puedan ofrecer servicios de calidad a los turistas.

La capacitación y certificación son condiciones necesarias, pero no suficientes para la competitividad, la cual se refiere a la capacidad de generar sistemáticamente mayores beneficios a la sociedad y rentabilidad a los empresarios de manera permanente, con respecto a la actividad en la que compiten.

En resumen y como se indica en el Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos 2010²², la competitividad turística de un Estado se refiere al conjunto de habilidades y capacidades que le permiten alcanzar sus objetivos en un marco de competencia frente a otros Estados, generando así desarrollo económico y social en su territorio. La competitividad turística implica tres conceptos básicos:

- Rentabilidad: generar riqueza a través del uso eficiente y eficaz de los recursos.
- Sustentabilidad: asegurar que el desarrollo se logre en equilibrio con los recursos ecológicos, sociales y económicos de la región.
- Comparabilidad: definir conceptos medibles y consistentes que sean comparables a través del tiempo y el espacio.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Para Valenzuela (2012: 105) no existe una fecha fehaciente del inicio de la actividad turística en Acapulco, sin embargo se puede deducir que fue a partir de 1927 cuando el turismo se incrementó, gracias a la apertura de la carretera con la Ciudad de México, la cual quedó totalmente concluida el 11 de noviembre de 1927 (Salgado; 2005: 58-63) y puso al descubierto las bellezas naturales de la Bahía de Santa Lucía, dando lugar a un incipiente turismo. La consecuencia fue pasar de un tranquilo pueblo a ser el primer destino turístico de playa con reconocimiento internacional ubicado en el pacífico mexicano. Ruz y Rodríguez (2006: 1) señalan que el puerto de Acapulco siempre ha causado admiración a quienes han tenido la oportunidad de conocerlo, sus visitantes no han dudado en compararlo con la tierra prometida, un parangón al mítico Edén bíblico

Desde el inicio de la actividad turística en Acapulco solo ha respondido a intereses económicos y políticos, ajenos al desarrollo del puerto, beneficiando a una minoría que ha dado origen a

²² http://portal.mrl.itesm.mx/archivos/ICTEM_2010_bw.pdf (07/08/2014).

mayores desigualdades sociales y económicas. Hoy se limita a tener éxito en los periodos de vacaciones y los fines de semana, es lo que ha funcionado. Lo cierto es que Acapulco se considera un desastre en el sentido de que sólo hay trabajo en dos o tres días a la semana y en los periodos vacacionales.

Esta situación es consecuencia de una serie de errores: se construyó sin planeación, se dejó que algunas playas de contaminaran las playas, la ciudad se sobresaturó de tráfico, existe un mínimo esfuerzo por tener calidad turística y se abusó (y se sigue haciendo) del turista.

Los esfuerzo, aunque todavía mínimos, han ido encaminados a las campañas de cultura y concientización turística, dirigidas a prestadores de servicios turísticos y población en general, en el año 2013 se capacitaron a más de 2 mil 500 personal de contacto.

Además, existen dos playas certificadas con la NMX-AA-120-SCFI-2006:

- El 20 de Septiembre del 2012, se certificó en 804.0 metros lineales, la playa Icacos I.
- El 17 de junio del 2013 se certificó en 239.0 metros lineales, la playa La Roqueta.
- El 01 de julio del 2014 en la playa Icacos I se izó la Bandera Azul (Blue Flag).

Hacer más competitivo un producto turístico tiene un efecto multiplicador que beneficia a la población local, no solo desde el punto de vista económico por la inversión que se ha de realizar, sino también social y visual.

BIBLIOGRAFÍA

Apolo 69. El Distintivo H. Consultoría gastronómica
<http://www.apolo69.com/resources/DISTINTIVO%20%E2%80%9CH%E2%80%9D.pdf>

(27/07/2014).

Ayala, José, et. al., 2000. La crisis económica: evolución y perspectivas, en: Pablo González y Enrique Florescano (Coord.), México Hoy. Siglo Veintiuno editores, México, p. 19-94

Cruz Vicente, Miguel Angel y Darbelio Agatón Lorenzo, 2013. Reconversión turística en la Zona de Pie de la Cuesta: del modelo tradicional al turismo sustentable. En Dr. Adolfo Sánchez y Dr. Pablo Serrano (Coordinadores), Integración Social Territorial y Desarrollo. Hacia Políticas Públicas Alternativa. Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A. C. El Colegio del Estado de Hidalgo A. C. 18° Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México, AMECIDER 2013.

Estrategia para el fortalecimiento del capital humano del sector, con base en las competencias de las personas. <http://www.conocer.gob.mx/pdfs/documentos/turismo.pdf>
(27/07/2014).

Guerrero: Instancias de Certificación y Estándares de Competencia
http://observatoriodelacapacitacion.stps.gob.mx/oc/pdf/46_guerrero.pdf (27/07/2014).

ICTEM, 2010. Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos 2010. Tomado de http://portal.mrl.itesm.mx/archivos/ICTEM_2010_bw.pdf (07/08/2014).

Legault, Gilles, 2002. Alcanzar la calidad total (en una empresa de servicios). Editorial Trillas, México.

López Pardo, Gustavo, 2013. Requerimientos para la sustentabilidad de la actividad turística. IV Encuentro Nacional de Destinos Turísticos. Acapulco, Guerrero
<http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/7414/1/images/Gustavo%20Lopez.pdf>
(27/07/2014).

Müller de la Lama, Enrique, 2002. Cultura de calidad en los servicios. Editorial Trillas, México.

Panorama OMT del turismo internacional Edición 2014. Tomado de http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp_hr.pdf (06/07/2014).

Programa Nacional de Infraestructura 2014-2018. Tomado de <http://presidencia.gob.mx/pni/consulta.php?c=1> (27/07/2014).

Ruz Vargas, Manuel Ignacio y América Rodríguez Herrera, 2006. La vulnerabilidad del paraíso. Tomado de <http://www.eumed.net/jirr/1/AMECIDER2006/PARTE%205/91%20Ignacio%20Ruz%20Vargas%20et%20al.pdf> (02/07/2014).

Salgado Galarza, Carlos, 2005. Políticas urbanas de Acapulco 1927-1997, Universidad Autónoma de Guerrero/H. Ayuntamiento Constitucional de Acapulco.

Secretaría de Turismo Municipal, 2013. Inventario de empresas prestadoras de servicios turísticos de la franja turística de Acapulco. Subsecretaría de Planeación Turística del H. Ayuntamiento Constitucional de Acapulco.

Valenzuela Valdivieso, Ernesto, 2012. Evolución e impacto territorial de los establecimientos de hospedaje en Acapulco (1930-1980). En Dr. Álvaro López López et al. (Coordinadores), Lo glocal y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación. Academia Mexicana de Investigación Turística A.C./Universidad de Guadalajara.

LINK

http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/34_table_barom_es.pdf (06/07/2014).

<http://www.infobae.com/2014/01/21/1538418-los-paises-del-mundo-mas-visitados-los-turistas> (06/07/2014).

http://www.siimt.com/work/models/siimt/Resource/3a160152-2240-4ad3-93cd-c2e567a1cdc2/FACT_SHEET_Abr14.pdf (06/07/2014).

http://www3.weforum.org/docs/TTCR/2013/TTCR_OverallRankings_2013.pdf (27/07/2014).

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9244_competencia_laboral (27/07/2014).

<http://sistemanacionaldecapacitacion->

turismo.stps.gob.mx/sncst/pdf/26_conocer_7_coordinacion_servicios_limpieza.pdf (28/07/2014).

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Punto_Limpio (27/07/2014)

http://www.sectur.gob.mx/PDF/operacion_turistica/LINEAMIENTOS_PUNTO_LIMPIO_11122012.pdf (27/07/2014).

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Empresas_Moderniza_M (27/07/2014)

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_DistintivoM (27/07/2014).

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9231_distintivo_h (27/07/2014)

http://www.ticscalidadenserviciosalimenticios.com.mx/distintivo_h/ (27/07/2014)

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_226_ (27/07/2014).

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Que_es_el_Acuerdo_Nacional_por_el_Turismo
(08/08/2014).