

Análisis de los establecimientos del sector turístico de Barra Norte, Tuxpan, Veracruz, enmarcado en la certificación de playa

Celso Ramón Sarmiento Reyes¹

Israel Crecencio Mazario Triana²

Maribel Martínez Lee³

Resumen

El presente trabajo analiza la situación de los establecimientos del sector turístico de la localidad Barra Norte, Tuxpan, Veracruz, para detectar sus áreas de oportunidad, enmarcado en el proceso de certificación de playa.

Para lograr el objetivo se utiliza una encuesta que contiene información sobre diferentes aspectos de la empresa, una serie de herramientas de gestión estratégica (MEFI, MEFE, entre otras), además de la aplicación de guía de observación en las empresas (hoteles y restaurantes) y en toda la extensión de la playa para verificar que se cumple con la normatividad correspondiente para la certificación.

Los resultados señalan que las empresas tienen como principales fortalezas precios accesibles, buen servicio y accesibilidad de los establecimientos; mientras que, la falta de capacitación a sus empleados, la falta de uso de tecnología y mejoras en los establecimientos son las principales áreas de oportunidad de las empresas.

Por otra parte, se detectó que no se cumple con la norma para lograr la certificación de playa, sin embargo, es viable que logren solventar las inconsistencias en el corto plazo, ya que no son situaciones graves que deben resolver, además que están considerando prioritario el proceso de certificación de playa. Este trabajo puede servir como base para el diseño de planes y programas de desarrollo turístico.

Conceptos clave: Turismo, Certificación de playa, Gestión estratégica

Introducción

El turismo es una de las actividades económicas más importantes en nuestro país. Desde hace varias décadas se le ha considerado como parte de la política económica del país, convirtiéndose en un agente del desarrollo regional.

En este sentido, los diversos destinos turísticos han buscado potenciar el turismo a partir de programas, proyectos o productos turísticos, buscando con ello incrementar la llegada de turistas y visitantes.

El municipio de Tuxpan, Veracruz se localiza en la zona norte del estado, dentro de la Región Huasteca Baja. La figura 1 muestra la ubicación de Tuxpan y su distancia respecto a algunas ciudades.

¹ Profesor Tiempo Completo, TecNM / ITS Poza Rica, celso.sarmiento@itspozarica.edu.mx

² Profesor Tiempo Completo, TecNM / ITS Poza Rica, israel.mazario@itspozarica.edu.mx

³ Profesora Tiempo Completo, TecNM / ITS Poza Rica, maribel.martinez@itspozarica.edu.mx

Figura 1: Ubicación de Tuxpan, Veracruz



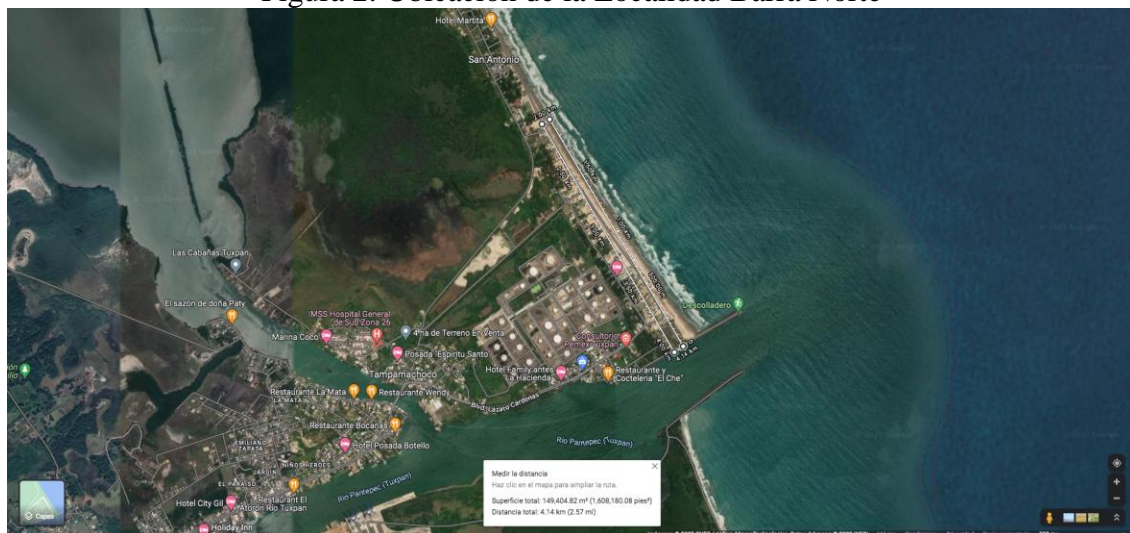
Fuente: Google maps.

Tradicionalmente Tuxpan ha sido un destino turístico para habitantes de los municipios cercanos del estado (Poza Rica, Papantla, Tihuatlán, entre otros) y de municipios cercanos de otros estados como Puebla e Hidalgo. Sin embargo, a raíz de la inauguración de la autopista México-Tuxpan, en 2014, el municipio se convirtió en la playa más cercana a CDMX y el Estado de México, lo que llevó a una mayor afluencia de visitantes y turistas originarios de esos lugares.

A partir de ese incremento, el municipio ha buscado estrategias para atraer turistas de diferentes lugares, siendo su principal atractivo turístico la playa, la cual se ubica en la localidad Barra Norte, localizada a 11 kilómetros del centro de la cabecera municipal.

Barra Norte es una localidad del municipio de Tuxpan, Veracruz, que colinda al norte con la localidad Barra de Galindo, al sur con la desembocadura del Río Tuxpan, al este con el Golfo de México y al oeste con la colonia Tampamachoco. La figura 2 presenta la ubicación de la localidad.

Figura 2: Ubicación de la Localidad Barra Norte



Fuente: Google maps

En este contexto surge este proyecto, el cual tiene como objetivo analizar la situación de los establecimientos del sector turístico de Barra Norte, para detectar sus áreas de oportunidad y proponer estrategias de mejora para esas áreas, en el marco del cumplimiento con lo establecido por la norma correspondiente de certificación de playa, toda vez que el municipio busca certificarla, ya que es su principal atractivo turístico.

Marco Referencial

El turismo es una de las principales actividades económicas a nivel mundial, desde mediados del siglo pasado el turismo es parte fundamental de la política económica de muchos países, entendiendo su importancia por la derrama económica y los encadenamientos productivos que genera; lo cual lo convierte en un importante agente del desarrollo regional.

Así, a través de los años el turismo ha tenido un importante desarrollo, desde su clasificación y surgimiento de modelos de turismo, hasta su análisis desde diversas perspectivas y disciplinas.

En nuestro país, el turismo ha sido pieza fundamental de la política económica nacional desde mediados del siglo pasado. La promoción y apoyo de diferentes destinos turísticos a lo largo del país fue parte sustantiva de la política económica y de los programas de desarrollo regional que nuestro país estableció en diferentes sexenios, considerando al turismo como un agente del desarrollo regional.

Así, durante el sexenio de Miguel Alemán (1946-1952) se dio inicio al apoyo del sector turístico, a través de inversiones para la creación y desarrollo de diversos destinos turísticos, dirigidos a ser polos turísticos que generaran desarrollo no sólo en ellos, sino también en sus alrededores.

A partir de entonces el turismo fue parte fundamental de la política económica del país. La creación de infraestructura turística y carreteras fue la característica durante los siguientes sexenios. Aunque en ese tiempo, la visión del apoyo gubernamental iba dirigida a la generación de divisas, más que a consolidar una adecuada planificación y administración del turismo. No es sino hasta inicios del presente siglo que el turismo es atendido con una visión integral, considerándolo como un fenómeno social que involucra una serie de agentes y aspectos, los cuales deben ser analizados y atendidos en conjunto para que el turismo sea realmente un motor de desarrollo. Así en 2001 surge el Programa Sectorial de Turismo 2001-2006, enmarcado en el Plan Nacional de Desarrollo, donde se establecen las estrategias con una visión de largo plazo para consolidar al turismo como una actividad detonadora del desarrollo regional.

A nivel mundial el turismo se consolidaba como una de las actividades económicas más importantes, por su participación en el PIB y por su participación en el total de importaciones. Además, se vislumbraba un cambio en las tendencias del turismo, tanto en las características de los turistas como en el número de ellos, además de las razones para viajar.

El turismo ya no era visto sólo como una actividad de ocio, sino como un fenómeno social, donde los turistas cuando llegan a un determinado lugar buscan “apropiarse” del espacio, lo cual de acuerdo con Cazes (1995), citado por Cammarata (2007), implica la acción de 3 sistemas (sistema de actores, sistema de imágenes y sistema de espacios).

En palabras de Cammarata (2007) el proceso de apropiación genera la "reterritorialización" del orden local, ya que en ese proceso se reúnen todos los elementos que participan en la actividad turística: personas, empresas, instituciones, formas sociales / jurídicas y formas geográficas.

Con esto, el turismo fue abordado desde una nueva óptica que implicaba verlo no sólo desde la perspectiva económica (como fuente de ingresos y divisas), sino como cualquier industria que requiere infraestructura y recursos, pero también desgasta y contamina el entorno, llegando incluso a destruir los atractivos naturales que le impulsaron.

Por lo mismo, los programas destinados a promover y desarrollar el turismo en nuestro país, empezaron considerar el turismo bajo la perspectiva del desarrollo sustentable y como fenómeno social, además de considerar los cambios en los modelos turísticos a nivel mundial.

Tuxpan tradicionalmente ha sido un destino turístico de sol y playa para habitantes de municipios cercanos del propio estado y de otros estados (Puebla e Hidalgo, fundamentalmente), que llegan en fin de semana a disfrutar del principal atractivo del municipio, la playa. Ésta se encuentra en la localidad Barra Norte, ubicada aproximadamente a 11 kilómetros del centro de la ciudad de Tuxpan (cabecera municipal).

Sin embargo, a partir de la inauguración de la autopista México-Tuxpan a mediados de 2014, la afluencia de visitantes y turistas en Tuxpan se incrementó, pues Tuxpan se convirtió en el destino turístico de sol y playa más cercano a CDMX, lo cual también generó un cambio en el perfil del turista que arribaba a la ciudad.

En este contexto, cabe mencionar que desde finales del siglo pasado se decía que los modelos turísticos se estaban transformando por diversas razones, por ejemplo Salvá (1998) afirmaba que en el caso del Mediterráneo, el deseo de huir de un medio urbano restrictivo como el de las grandes ciudades estaba generando la transformación del modelo de desarrollo turístico en el Mediterráneo; además del incremento del ingreso familiar y los cambios sociales y laborales que se estaban dando en la región.

Por otra parte, Serra (2002), citado por García (2005), menciona que la demanda turística presenta ciertas tendencias, como una mayor concientización por cuestiones medioambientales, mayor exigencia en términos de calidad y mayor segmentación del mercado, entre otras.

De acuerdo con esto, los destinos turísticos deben adaptarse al nuevo perfil del turista, generando nuevos productos turísticos o mejorando los existentes.

Sin embargo, el incremento del número de turistas en la ciudad de Tuxpan generado por la construcción de la autopista, no estuvo aparejado con una mejora en el servicio o la generación de nuevos productos turísticos. De acuerdo con Elorza, Flores y Gómez (2019), sólo el 30% de los empresarios encuestados considera pertinente mejorar sus servicios. Además, el total de los encuestados tenía conciencia de que sus servicios no eran competentes.

Aunado a lo anterior, la pandemia de Covid 19 surgida en 2020, afectó a la economía mundial, siendo el turismo el primer sector en sufrir sus efectos debido al cierre de fronteras. El impacto negativo de la pandemia no se ha revertido, ya que de acuerdo con ONU Turismo (Organización de Naciones Unidas para el Turismo), la llegada de turistas no ha recuperado su nivel prepandemia. En el caso de las diferentes regiones que considera la organización, sólo Medio Oriente muestra una recuperación respecto a 2019 (ver tabla 1).

ANÁLISIS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DEL SECTOR TURÍSTICO DE BARRA NORTE, TUXPAN,
VERACRUZ, ENMARCADO EN LA CERTIFICACIÓN DE PLAYA

Tabla 1: Llegada de turistas por región				
Cambio porcentual en relación al año 2019				
Región	Porcentaje			
	2020	2021	2022	2023
África	-75	-73	-32	-3
América	-67	-63	-35	-9
Asia y Pacífico	-80	-93	-73	-34
Europa	-68	-61	-20	-4
Medio Oriente	-73	-65	-6	31
Mundo	-72	-70	-35	-11
Fuente: ONU Turismo				

A nivel país la situación es similar, de los 10 principales destinos turísticos a nivel mundial, solamente en dos de ellos (Turquía y España) se ha revertido la caída provocada por la pandemia de Covid-19, en el resto de los destinos, incluido nuestro país, la llegada de turistas prepandemia no se recuperado, aunque en todos muestra una clara tendencia al alza. La tabla 2 muestra la información correspondiente.

Tabla 2: Llegada de turistas en los principales destinos turísticos				
Cambio porcentual en relación al año 2019				
Región	Porcentaje			
	2020	2021	2022	2023
China	-88	-90	ND	ND
Francia	-70	-64	-15	-2
Alemania	-69	-70	-28	-12
Italia	-61	-58	-23	-11
México	-46	-29	-15	-6
España	-77	-63	-14	2
Tailandia	-83	-99	-72	-29
Turkia	-72	-45	-2	7
Reino Unido	-73	-85	-25	-7
Estados Unidos	-76	-72	-36	-13
Mundo	-72	-70	-35	-11
Fuente: ONU Turismo				

Con este entorno, el municipio de Tuxpan busca mejorar su principal atractivo turístico, iniciando el proceso para certificar la playa de la comunidad Barra Norte, con el objetivo de coadyuvar para incrementar la llegada de visitantes y turistas, buscando que el turismo sea realmente un motor del desarrollo.

El proceso para alcanzar certificar la playa implica cumplir con la Norma Mexicana NMX-AA-120-2016, la cual establece los requisitos y especificaciones de sustentabilidad de calidad de playas, teniendo dos modalidades: 1) Uso recreativo; 2) Prioritaria para la conservación.

El municipio de Tuxpan, optará por la modalidad 1 (Uso recreativo). De acuerdo con la norma referida, los aspectos que se evalúa son: Calidad del agua, Residuos sólidos, Infraestructura costera, Biodiversidad, Seguridad y Servicios, Educación ambiental.

Como parte de la Norma NMX-AA-120-2016, se debe consultar otras normas:

- NOM-022-SEMARNAT-2003, la cual establece las especificaciones para la preservación, conservación, aprovechamiento sustentable y restauración de los humedales costeros en zonas de manglar. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 10 de abril de 2003.
- Acuerdo que adiciona la especificación 4.43 a la Norma Oficial Mexicana NOM-022-SEMARNAT-2003, donde se establece las especificaciones para la preservación, conservación, aprovechamiento sustentable y restauración de los humedales costeros en zonas de manglar. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 07 de mayo de 2004.
- NOM-059-SEMARNAT-2010 Protección ambiental - especies nativas de México de flora y fauna silvestres - Categorías de riesgo y especificaciones para su inclusión, exclusión o cambio. Lista de especies en riesgo. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2010
- NOM-162-SEMARNAT-2012, la cual establece las especificaciones para la protección, recuperación y manejo de las poblaciones de las tortugas marinas en su hábitat de anidación. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 01 de febrero de 2013.
- Acuerdo que adiciona párrafos a la especificación 6.3 de la norma oficial mexicana nom-162-SEMARNAT-2012. Publicado en Diario Oficial de la Federación el 08 de marzo de 2013.
- NMX-AA-120-SCFI-2016 SECRETARÍA DE ECONOMÍA donde se establece las especificaciones para la protección, recuperación y manejo de las poblaciones de las tortugas marinas en su hábitat de anidación.
- Acuerdo por el que se aprueba la Norma Técnica de Estándares de Exactitud Posicional. Publicado en Diario Oficial de la Federación el 23 de diciembre de 2010.
- NOM-210-SSA1-2014 Productos y servicios. Métodos de prueba microbiológicos. Determinación de microorganismos indicadores. Determinación de microorganismos patógenos. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 26 de junio de 2015.

El presente trabajo está enmarcado en el proceso de certificación de playa y analiza la situación de los establecimientos del sector turístico ubicados en la zona de la playa, para detectar sus áreas de mejora. Lo que permitirá generar estrategias dirigidas a atender dichas áreas de oportunidad y además coadyuvar al cumplimiento de la norma para la certificación de playa, buscando generar con esto una mayor afluencia de visitantes y turistas a partir de una mejora en el producto turístico que ofrece Tuxpan, lo cual impactará positivamente en el desarrollo regional.

Materiales y métodos

En este trabajo se utiliza una metodología cualitativa-cuantitativa, basada en la aplicación de una encuesta y una guía de observación a cada una de las empresas ubicadas en la zona de la playa. Además, la aplicación de diversas herramientas de gestión estratégica y una guía de observación en toda la playa. El trabajo se lleva a cabo en dos etapas, en la primera se aplica la encuesta, la cual está basada en la aplicada por Treviño (2013). Esta encuesta contiene preguntas dirigidas a conocer, por una parte, la información general de la empresa (giro, tamaño, años de vida, entre otras cosas), y por otra parte, la administración de la empresa (proceso de planificación, evaluación, capacitación, etc.). La guía de observación se aplica para conocer aspectos de la infraestructura y del personal de la empresa.

En la segunda etapa se aplica una serie de herramientas de gestión estratégica para conocer aspectos internos y externos de la empresa que le afectan, positiva o negativamente; además de la guía de observación en toda la playa para verificar lo referente a los rubros y aspectos establecidos en la norma.

Al finalizar cada etapa se procesó y analizó la información a través del cruce de variables.

El estudio se realizó a un total de 24 empresas, todas ubicadas en la zona de la playa. La observación de la playa se hizo a lo largo de los 2 kilómetros, dividiendo el recorrido en 4 tramos de 500 metros cada uno, aplicando la guía en cada tramo.

Resultados y discusión

En la etapa 1 del proyecto se aplicó la encuesta y la guía de observación a las empresas.

En su primera parte, la encuesta contiene información general de la empresa. De las 24 empresas encuestadas, 23 son del sector servicios y una del sector comercial; 19 son empresas familiares y 5 no lo son; en promedio la permanencia en el mercado de las empresas es de 17.1 años. La tabla 3 presenta esta información:

Sector		Empresa familiar		Años promedio de vida
Comercial	Servicios	Si	No	
1	23	19	5	17.1

Fuente: elaboración propia con información generada por la encuesta

En lo que respecta a la administración de la empresa, las preguntas están organizadas en cuatro aspectos: planificación, recursos humanos, ventas / servicio, y uso de tecnología. La tabla 4 presenta los resultados generales de la encuesta.

Aspecto	Pregunta	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca	Total de encuestas
Planificación	Planifica anualmente sus actividades	14	4	2	1	3	24
	Revisa sus procesos	18	3	1	0	2	24
	Evalúa sus resultados	16	5	2	0	1	24
Recursos Humanos	Cada contratación incluye reclutamiento y selección	10	2	4	4	4	24
	Los empleados reciben curso de inducción	7	6	6	2	3	24
	Capacita a sus empleados	7	3	7	3	4	24
	El gerente recibe alguna capacitación	13	2	5	0	4	24
Ventas / Servicio	Entrega en tiempo y forma el servicio / producto que ofrece	19	3	2	0	0	24
	Existe seguimiento postventa	13	1	4	0	6	24
	Ofrece algún descuento / promoción por volumen de compra a sus clientes	9	6	1	3	5	24
	Mantiene a sus clientes por más de un año	19	5	0	0	0	24

	Realiza evaluación de su competencia respecto a la relación calidad / precio	14	4	3	1	2	24
	Realiza innovaciones en el servicio que ofrece	11	7	3	2	1	24
	Diversifica los servicios que ofrece	13	4	6	0	1	24
Uso de tecnología	Adquiere tecnología nueva	5	2	5	2	10	24
	Utiliza software en sus procesos administrativos	6	1	3	0	14	24

Fuente: elaboración propia con información generada por la encuesta

En general, de acuerdo a los resultados de la encuesta, se puede observar que las empresas planifican bien sus actividades cada año y llevan un adecuado proceso de venta y servicio. Sin embargo, la capacitación a sus trabajadores y el uso de tecnología (sombreado en gris en la tabla) son sus principales áreas de oportunidad. Estos resultados son comparables con los encontrados en otros trabajos, por ejemplo, Mercado (2007) encontró que la capacitación a los trabajadores es un área de oportunidad, ya que no cuentan con recursos humanos calificados, además, no invierten en tecnología por considerarlo de poca importancia. De igual manera Sarmiento, Mazario y Martínez (2019) establecen que la falta del uso de tecnología es la principal área de oportunidad de las microempresas de Poza Rica.

La guía de observación está dirigida a dos aspectos de la empresa: infraestructura (relacionada con lo establecido en la norma para la certificación de playa) y personal. En lo que respecta a la infraestructura, la mayoría de los establecimientos cuentan con espacio (de acuerdo al giro de cada uno) adecuado para sus clientes, con sanitarios en las diferentes áreas y para llevar a cabo sus actividades. Sin embargo, se observó que la localidad no cuenta con drenaje sanitario y algunos establecimientos padecen por esa situación, además, la mayoría de los negocios no cuenta con un área para mascotas, lo que genera que las mascotas (propias del negocio y de los clientes) andan libremente por la playa y las diferentes instalaciones.

En lo referente al personal, la principal área de oportunidad detectada es que los trabajadores no portan vestimenta adecuada según la actividad que realizan. Las tablas 5 y 6 presentan la respectiva información.

Tabla 5: Resultados de la Guía de observación																					
Infraestructura																					
Aspecto a observar	1 (Cuenta con área para recepción a clientes)			2 (Cuenta con área para preparación de alimentos)			3 (Cuenta con área de comensales)			4 (Cuenta con área para atención a huéspedes)			5 (Cuenta con sanitarios para clientes en todas las áreas)			6 (Cuenta con drenaje sanitario)			7 (Cuenta con área para mascotas, de clientes y propias)		
	Si	No	N/A	Si	No	N/A	Si	No	N/A	Si	No	N/A	Si	No	N/A	Si	No	N/A	Si	No	N/A
Número de observaciones	19	4	1	23	1		23	1		8	11	4	19	3	1	8	12	2	7	16	1

Fuente: elaboración propia con información generada por la encuesta

ANÁLISIS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DEL SECTOR TURÍSTICO DE BARRA NORTE, TUXPAN,
VERACRUZ, ENMARCADO EN LA CERTIFICACIÓN DE PLAYA

Tabla 6: Resultados de la Guía de observación									
Personal									
Aspecto a observar	1 (El personal es identificado claramente)			2 (El personal porta vestimenta acorde a la función que desarrolla)			3 (El personal es suficiente para atender a los clientes)		
	Si	No	N/A	Si	No	N/A	Si	No	N/A
Número de observaciones	16	8		9	14		17	6	
Fuente: elaboración propia con información generada por la encuesta									

En la segunda etapa del proyecto se aplicó una serie de herramientas de planificación estratégica: Matriz de evaluación de factores internos (MEFI), Matriz de evaluación de factores externos (MEFE), Matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), Matriz de factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales (PESTEL). La aplicación de estas herramientas permitió diagnosticar de una manera más certera a cada empresa. Las 4 matrices se aplicaron en cada una de las 24 empresas. Para facilitar el análisis las empresas se agruparon en hoteles y restaurantes, además se presenta el resultado general de cada herramienta.

Para el caso de los hoteles, la Matriz FODA arrojó que los establecimientos tienen dos principales fortalezas, en primer lugar, el buen servicio que ofrecen y por otra parte el fácil acceso al establecimiento y de ahí a la playa. En lo que respecta a debilidades, la que más les afecta es la falta de personal capacitado y en segundo lugar que no se han actualizado en lo referente al uso de tecnología; además, a la par de esto, se detecta que las instalaciones requieren algún tipo de mejora. Por otra parte, las empresas coinciden que la principal oportunidad que tienen es el proceso de certificación de playa que el municipio busca llevar a cabo, lo que además generaría un mayor conocimiento del resto de los atractivos turísticos ligados a la playa (por ejemplo actividades propias de la playa, el programa de protección a tortugas con que cuenta la zona, entre otros); en lo que corresponde a las amenazas, también las empresas coinciden en que la falta de drenaje sanitario y agua potable, así como la falta de control en el manejo de la basura, son las principales amenazas que enfrentan, lo cual incluso puede afectar al proceso de certificación de playa. La tabla 7 presenta los resultados generales para hoteles.

Tabla 7: Resultados generales de Matriz FODA (Hoteles)	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Facil acceso de carretera a la playa	Certificación de playa
Buen servicio	Mayor conocimiento de los atractivos turisticos del lugar
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de personal capacitado	Falta de drenaje
Falta de uso de tecnología	Falta de distribución de agua potable del municipio
Instalaciones en mal estado	Falta de control sobre el manejo de basura
Fuente: elaboración propia con información generada por la encuesta	

Por otra parte, el resultado promedio de las matrices EFI y EFE fue de 2.85 y 2.21 respectivamente. Estos resultados indican que las empresas, en general manejan adecuadamente

sus fortalezas y debilidades (MEFI), pero no han logrado generar estrategias para aprovechar las oportunidades del entorno y enfrentar las amenazas que el mismo les genera. Es decir, no han logrado aprovechar sus fortalezas para enfrentar el entorno, a pesar de identificar las oportunidades y amenazas del entorno.

Finalmente, la Matriz PESTEL, la cual se muestra en la tabla 8, presenta las principales situaciones de cada aspecto del entorno que puede impactar a las empresas. En general, las empresas sostienen que la certificación de playa puede impactar positivamente (por el potencial incremento de visitantes y turistas que traería consigo), pero habría que ajustar algunas cosas para que el efecto no sea contraproducente. En ese sentido, sostienen que debe mejorar la infraestructura urbana (drenaje, agua potable, vialidades) y la infraestructura de los negocios (espacios, uso de tecnología, entre otras cosas), para poder hacer frente al eventual incremento de turistas.

Tabla 8: Matriz PESTEL (Hoteles)		
Aspecto Político	Aspecto Económico	Aspecto Ecológico
Certificación de la playa	Inflación	Falta de drenaje
Implantación de determinadas acciones que favorecen el desarrollo	Mayor afluencia de turistas	Manejo de la basura
Aspecto Social	Aspecto Tecnológico	Aspecto Legal
Inseguridad	Redes sociales	Certificación de la playa
Estilos de vida	Uso de programas de cómputo (software)	
	Diferentes formas de pago	
Fuente: elaboración propia con información generada por la encuesta		

En el caso de los restaurantes, los resultados son similares, la Matriz FODA muestra que las empresas comparten las mismas cosas: las debilidades son falta de personal, falta de uso de tecnología, falta de publicidad y mejora en instalaciones; las fortalezas son variedad de platillos, buen servicio y precios accesibles; por otra parte, las oportunidades que las empresas detectan son la certificación de playa y el consecuente incremento de turistas que esto generaría. En lo que respecta a las amenazas, los establecimientos también coinciden, señalando como principales amenazas, la falta de drenaje sanitario y red de agua potable, así como la falta de control en el manejo de la basura (ver tabla 9).

Tabla 9 : Resultados generales de Matriz FODA (Restaurantes)	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Variedad de platillos	Certificación de playa
Buen servicio	Mayor promoción del municipio
Precios accesibles	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de personal	Falta de drenaje
Falta de uso de tecnología	Falta de distribución de agua potable del municipio
Instalaciones en mal estado	Falta de control sobre el manejo de basura
Falta de publicidad	
Fuente: elaboración propia con información generada por la encuesta	

ANÁLISIS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DEL SECTOR TURÍSTICO DE BARRA NORTE, TUXPAN,
VERACRUZ, ENMARCADO EN LA CERTIFICACIÓN DE PLAYA

En lo que corresponde a las matrices EFI y EFE, el promedio de los establecimientos fue de 2.81 y 2.73, respectivamente. AL igual de lo que sucede con los hoteles, aunque alcanzan una calificación por encima de la media, no han logrado enfrentar las amenazas con las fortalezas que tienen. Una posible explicación a esto, es que la principal amenaza que enfrentan todos los establecimientos es la falta de servicios básicos (drenaje sanitario y red de agua potable), lo que han logrado subsanar con diferentes estrategias, pero ante la eventual certificación de playa, se requiere soluciones que involucra a los diferentes órdenes de gobierno, además de las acciones que los empresarios lleven a cabo.

Por otra parte, para la matriz PESTEL, los establecimientos coinciden en los factores de cada aspecto que les impactarían, por ejemplo, en el caso del aspecto político mencionan que el impulso que se pretende dar al turismo, desde todos los órdenes de gobierno, les impactaría positivamente, al igual que el proceso de certificación de playa que el municipio llevará a cabo. En lo económico, sostienen que la inflación que se mantiene en el país puede afectarles negativamente, aunque a pesar de eso han logrado mantener precios accesibles, lo que podría menguar el impacto. La tabla 10 presenta el resumen de esta matriz aplicada a los restaurantes.

Tabla 10: Matriz PESTEL (Restaurantes)		
Aspecto político	Aspecto económico	Aspecto ecológico
Cambios en las estrategias del gobierno	Diferentes tipos de pagos	Tiene paneles solares
Aranceles comerciales	Inflación	Ahorro de energía
Programas politicos	Tipos de interes	
Conflictos politicos	Crisis economica	
Aspecto social	Aspecto tecnológico	Aspecto legal
Eventos que realizan demografia	Uso de progrmas en computadoras (software)	Normatividad y certificaciones de la playa
Estilos de vida	Infraestructura	Legislación
Cultura	Patentes	Reglamentación
Nivel de educación		

Fuente: elaboración propia con información generada por la encuesta

Finalmente, en lo que respecta a la guía de observación aplicada en toda la extensión de la playa, para facilitar la observación, se dividió la extensión total de 2 kilómetros en 4 tramos de 500 metros cada uno. Los aspectos a observar están agrupados en los rubros que la norma establece debe cumplirse: Aplicando la misma guía en cada uno de ellos. La tabla 11 presenta el concentrado de los resultados obtenidos, señalando el aspecto a observar y si se cumple o no con la norma respectiva.

Tabla 11: Resultados generales de la guía de observación en la playa					
Aspecto observado	Rubro al que corresponde	Cumplimiento de la norma			
		0 a 500 metros	500 a 1000 metros	1000 a 1500 metros	1500 a 2000 metros
Existen manchas evidentes de grasas, aceites y residuos derivados del petróleo en la arena.	Residuos sólidos	No	No	No	No
Hay botes de almacenamiento temporal de residuos sólidos de acuerdo con el número de usuarios en la playa.		No	No	No	No
Los establecimientos de la playa tienen para el público botes de almacenamiento temporal (de acuerdo con la norma)		No	No	Si	No
Existe señalización e información de actividades terrestres y servicios náutico-recreativos.	Seguridad y servicios	Si	Si	No	No
Hay advertencia acerca de la presencia de marea roja; señalar al usuario la ubicación de la estación de servicios de emergencia más cercana.		Si	Si	Si	No
Se cuenta con salvavidas y equipo indispensable de salvamento en playa.		Si	Si	No	No
Circulan vehículos o se estacionan sobre la playa o las dunas a excepción de los vehículos de limpieza pública, seguridad y remolque de embarcaciones.		No	No	No	No
Existe presencia de espumas diferente a la producida por el oleaje sobre la superficie del agua.	Calidad del agua	Si	Si	No	No
Existen residuos sólidos flotantes en la superficie del agua o residuos en el fondo a una profundidad visible.		Si	Si	No	No
El abastecimiento de infraestructura en playa es únicamente de bajo impacto.	Infraestructura costera	Si	Si	Si	Si
La infraestructura no interrumpe el flujo de circulación del agua en humedades costeras que se encuentren dentro de la zona terrestre adyacente.		Si	Si	Si	Si
Existe infraestructura en las dunas costeras.		No	No	No	No
Existe infraestructura permanente en el área emergida de la playa.		Si	Si	Si	Si
Uso de ornamentación con especies de flora nativa de la región o aquellas compatibles que no afecten la composición de los ecosistemas del sitio	Biodiversidad	No	No	No	No

Fuente: elaboración propia con información generada por la guía de observación

De acuerdo a la tabla, en el aspecto “*Existen manchas evidentes de grasas, aceites y residuos derivados del petróleo en la arena*”, en ninguno de los 4 tramos considerados se cumple con la norma, ya que se observó alguna (s) mancha (s) de residuos derivados del petróleo en la arena. Por otra parte, en el aspecto “*Existe presencia de espumas diferente a la producida por el oleaje sobre la superficie del agua*”, se cumple con la norma solamente en los dos primeros tramos (entre 0 y 1000 metros), lo que implica que en los dos últimos tramos se observó espuma diferente a la producida por el oleaje. El resto de la tabla se interpreta igual.

Por lo anterior, es posible concluir que la playa no cumple con lo establecido en la norma y debe llevar a cabo diversas estrategias para cumplir con la norma, para poder lograr la certificación.

Conclusiones

La realización de este trabajo permitió conocer la situación en que se encuentra el sector turístico de la zona de estudio, identificando sus áreas de oportunidad. En este sentido, se detectó que la falta de capacitación a los empleados y la falta de uso de tecnología son las principales áreas de oportunidad de los establecimientos (hoteles y restaurantes). Por otra parte, se pudo verificar con qué aspectos, de los señalados por la norma correspondiente, no se cumple para poder certificar la playa.

También se detectó las fortalezas y oportunidades que tienen los establecimientos, entre las principales fortalezas se encuentran buen servicio, precios accesibles, ubicación del negocio respecto a la playa; mientras que el proceso de certificación de playa es considerado, por todos los empresarios de la zona, una oportunidad para detonar el turismo en la región y con incrementar sus ventas, además de impulsar el desarrollo del municipio en general.

Este trabajo puede servir para el diseño de planes y programas turísticos enmarcados en el proceso de certificación de playa para coadyuvar al desarrollo del turismo en localidad y el municipio.

Referencias literarias

- Cammarata, Emilce Beatriz**, El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio; en América Latina: cidade, campo e turismo; Sao Paulo, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), 2006.
- Elorza Martínez Oralía; Flores Barrios Leonardo; Gómez Priego Ilean A.**;2009. “Economía turística: competitividad de servicios hoteleros de Tuxpan, Veracruz”, en Revista Científica Biológico-Agropecuaria Tuxpan, Vol. 7, No. 2, julio-diciembre de 2019.
- García Henche, Blanca**; Características diferenciales del producto turismo rural, en Cuadernos de Turismo, No. 15, 2005, Universidad de Murcia, pp. 113-133.
- Mercado H. Salvador**, 2007. Administración de pequeñas y medianas empresas (Estrategias de crecimiento). Publicaciones Administrativas, Contables y Jurídicas; México.
- Salvà Tomás, Pere A.**, Los modelos de desarrollo turístico en el Mediterráneo, en Cuadernos de Turismo, No. 2, 1998, Universidad de Murcia, págs. 7-24
- Sarmiento Reyes Celso Ramón, Mazarío Triana Israel Crecencio y Martínez Lee Maribel**; “Caracterización de las microempresas de Poza Rica, Veracruz”, en “Abordajes teóricos,

impactos externos, políticas públicas y dinámica económica en el desarrollo regional”, Editorial Asociación Mexicana de Ciencias para el desarrollo Regional A.C., Vol. 1, 2019.

ONU-Turismo, consultada en línea (www.unwto.org), diferentes fechas.

Treviño Ayala, María Eloísa, 2013. “Factores endógenos en Pymes mexicanas que influyen en el crecimiento de utilidades”, Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Nuevo León.

Zamudio Vega, Laura Susana; Los imaginarios en la percepción de los lugares turísticos; en *Imagonautas* 2 (1) / 2011, Universidad Santiago de Cali, Colombia.