

Matriz de competitividad sustentable para los destinos turísticos. una propuesta inicial para su conceptualización y evaluación

PABLO SANDOVAL CABRERA¹

RESUMEN

El objetivo en esta investigación es plantear una noción normativa de un modelo de competitividad turística en línea con la sustentabilidad, partiendo de la hipótesis del fracaso del modelo dominante de turismo de masas. El trabajo se organiza en cuatro apartados en los que se revisa la importancia del turismo, el debate teórico existente sobre competitividad, como marco referencial para exponer una propuesta de modelo alternativo de competitividad sustentable del turismo. Se parte del reconocimiento de la competitividad como un fenómeno complejo y multidimensional, necesariamente social, pero que además está en proceso de construcción. Por tal razón se acepta que la misma puede tener diversas representaciones (un índice, matriz, mapa o una especie de caleidoscopio, como lo sostiene Muller, 1995).

Se propone un nuevo modelo de competitividad sustentable de un destino turístico a partir de una matriz que se expone como una alternativa para visualizar la complejidad y multidimensionalidad de la competitividad.

Palabras clave: modelo, competitividad sustentable, turismo, matriz, complejidad.

SUMMARY

The objective in this research is raise a notion normative of a model of competitiveness tourist in line with the sustainability, starting of the hypothesis of the failure of the model key of tourism of masses. The work is organized in four sections which examines the importance of tourism, the existing theoretical debate on competitiveness, as a frame of reference to expose a proposal of alternative model of sustainable competitiveness of tourism. Is part of the recognition of the competitiveness as a phenomenon complex and multidimensional, necessarily social, but that also is in process of construction. By such reason is accepts that the same can have different representations (an index, a matrix, a map or a kind of Kaleidoscope, as it well it holds Muller, 1995). Proposes a new model of sustainable competitiveness of a destination from an array that is exposed as an alternative to visualize the complexity and multidimensionality of competitiveness. The work provides some conclusions not exhaustive leaving open the debate for new formulations.

Keywords: model, competitiveness sustainable, tourism, matrix, complexity.

¹ Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

SOBRE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO.

La importancia del turismo tiene que ver, en principio, con ser fuente generadora de inversión y empleo en muchas comunidades que cuentan con algún tipo de atractivo para las cuáles el turismo se presenta como una opción de desarrollo regional y local.

Los estudios que se han realizado para evaluar sus impactos en el crecimiento económico, medido a través del Producto Interno Bruto (PIB) o Producto Nacional Bruto (PNB), arrojan resultados positivos. Lo que se traduce, al menos, en la existencia de una correlación positiva entre crecimiento de la actividad turística y crecimiento de la economía.

Este hecho, si bien realza la importancia de este subsector de la economía, exige, al mismo tiempo, el diseño de políticas, estrategias y acciones que garanticen su sustentabilidad para convertirse en una opción viable a largo plazo para el sostenimiento del empleo, los ingresos y el bienestar de quienes viven de él. Lo anterior revitalizaría a los destinos y sus comunidades social, económica, ambiental y culturalmente.

La necesidad de garantizar la viabilidad futura de los destinos se basa en el hecho de que la gente sigue viajando cada vez más y ante una población creciente (OMT, 2016), la presión sobre los recursos, de todo tipo, de los países y sus comunidades receptoras será cada vez mayor. En este ámbito México no es la excepción, de acuerdo a información oficial para el año 2015 ocupó la posición número 9 en recepción de turistas internacionales con un total de 32 millones de personas, por debajo de países como Francia (primer lugar), Estados Unidos, España y China, entre otros (Ibíd).

En México su contribución al PIB supera el 8% en promedio para los últimos 10 años (SECTUR, 2015 y cuenta satélite del turismo de México), en España alrededor del 10%, en Francia el 7% y en algunos países, como Macao, representa no solamente la principal fuente de divisas sino también la principal actividad económica (OMT, 2016). En el caso de México el turismo ha representado un ingreso de divisas de entre 14 y 17.5 miles de millones de dólares para el periodo 2013-2015, superando en algunos años la entrada de divisas por remesas, exportación de petróleo o Inversión Extranjera Directa. Este hecho lo ubica como una de las 4 principales fuentes de divisas para el país (Ibíd).

Otra característica de este subsector reside en la amplitud de su red de servicios y actividades económicas con las cuáles genera relaciones de complementariedad, vertical y horizontalmente, creando efectos multiplicadores y economías de escala. Incluye desde ramas económicas relacionadas con el transporte de pasajeros, servicios de alquiler y negocios, comercio, servicios de esparcimiento, bienes y artesanías, agencias de viajes y tour operadores, restaurantes, bares y centros nocturnos; amen de las importantes demandas que genera en industrias como las de alimentos, bebidas y tabaco, entre otras.

A nivel estatal y regional el turismo representa la principal fuente de recursos y constituye el motor de una gran cantidad de economías estatales y locales. De acuerdo a datos de la Secretaría de Turismo, en Estados como Quintana Roo el turismo representa alrededor del 48% de su PIB, en Baja California Sur, cerca del 30%; en Nayarit, Guerrero y Sinaloa entre el 13% y 17%. En tanto para cerca de 10 estados, entre los que se encuentra Jalisco, significa entre el 5% y 10% en la generación de riqueza. Para el caso de Jalisco, de acuerdo con información de la Secretaría de Turismo, en el año 2014 este subsector generó una derrama económica de 36.2 miles de millones de pesos y un año después se tenía un estimado de ingresos por turismo de cerca de 37.6 miles de millones de pesos (El Informador, 06/08/2015), dichas cifras representan, en proporción al PIB estatal, aproximadamente el 6%.

Previo a la crisis, del turismo dependían cerca de 2.5 millones de empleos directos en el país (INEGI-SECTUR, Cuenta satélite del turismo), aproximadamente el 6% de la población ocupada, hoy se estima que poco más del 7% de la población ocupada, lo hace en actividades relacionadas con el turismo. Adicionalmente se calcula que genera alrededor de 3 empleos indirectos por cada empleo directo, lo que da cuenta de su importancia en términos de encadenamientos con una gran cantidad de ramas y actividades productivas.

Si medimos la productividad como el valor bruto de la producción sectorial entre el número de empleados, el turismo sobresale también en este rubro. De acuerdo a información de Datatur e Inegi (2009) la productividad promedio por trabajador era de 370 mil pesos, en tanto la media de la economía fue de 265 mil pesos, lo que significa que un empleado de este sector es aproximadamente 40% más productivo con respecto al resto de sectores económicos. Sin embargo, comparativamente con un empleado del turismo en países como Estados Unidos o Francia, la productividad promedio de un empleado mexicano es apenas de un tercio de la de estos países.

De igual manera, como se ha comentado, también se producen efectos negativos sobre todo cuando el desarrollo de los destinos carece de una planeación con perspectiva de largo plazo, al no tomar en cuenta las capacidades de las comunidades y sus territorios (ambientales, sociales y económicas), fomentando el turismo de masas bajo un modelo de enclave con pocos nexos con la economía local, con procesos de exclusión de sus habitantes así como altos costos sociales, ambientales y económicos, en su mayoría irrecuperables.

A pesar de ello, es innegable la importancia económica y las oportunidades de desarrollo que puede ofrecer con el turismo en la medida en que se propicien las condiciones que garanticen su sustentabilidad y competitividad futura con el firme propósito de impactar favorablemente las condiciones sociales y económicas de quienes viven de esta actividad.

SOBRE EL CONCEPTO DE COMPETITIVIDAD. UN DEBATE NO RESUELTO

El concepto raíz de la competitividad es el de competencia. El mismo surge en la teoría económica clásica cuando se abordan los asuntos relacionados con las mejoras en el desempeño empresarial en el contexto de una economía de mercado.

Ya iniciado el siglo XX destacan algunos autores por sus aportaciones a las teorías del desarrollo y del crecimiento económico desde diferentes ópticas, pero con fuerte influencia en la moderna teoría de la competitividad. Mencionaría para empezar a J. A. Schumpeter (1936) quien fue de los primeros en hacer una distinción entre crecimiento y desarrollo, identificando a este último con respecto al primero, con la innovación, gracias al empleo en forma creativa y diferente de los recursos existentes. Schumpeter concebía a la economía como un “proceso de destrucción creativa” en donde nuevas empresas con formas innovadoras y eficientes de producción desplazaban a aquellas practicantes de lo “viejo”, no eficientes ni innovadoras, en una permanente renovación versus desaparición de empresas.

Sin duda, sus reflexiones sobre el papel de la innovación concebida como la variable competitiva más importante, y del empresario innovador como sujeto de cambio más relevante, vinieron a revolucionar la teoría en el campo de los negocios y la competitividad empresarial.

1982

En los años ochenta se realizan las mayores elaboraciones teóricas en el ámbito específico de la competitividad con los trabajos realizados por M. Porter (1982) y Paul. Krugman (1991) quienes retoman y reelaboran las principales ideas aportadas por sus antecesores, especialmente las realizadas por Adan Smith, con sus ideas sobre la especialización, la eficiencia y las ventajas absolutas; y D. Ricardo con su teoría de las ventajas comparativas y las ideas sobre el papel de la innovación y el empresario innovador de Schumpeter.

Aunque es difícil encuadrar rígidamente a aquellas ideas generadas fuera de la economía convencional, es posible distinguir en principio dos grandes posturas, definidas en torno al papel del contexto en el proceso competitivo. La primera de ellas, en línea con el pensamiento de M. Porter plantea que el contexto (el territorio en el cual se ubican las empresas, los recursos disponibles, el marco institucional, los sujetos, etc) son determinantes en la competencia en el mercado internacional, en tanto la otra, en afinidad con las ideas de P. Krugman, sostiene que son las empresas las que compiten y que en todo caso el territorio es importante por ser el *locus* en donde las empresas realizan sus actividades.

En un polémico trabajo Krugman (1994) se atrevió a señalar que se estaba abusando en el uso del concepto de competitividad, además de que su abordaje reflejaba una notable falta de rigor científico. Acusaba, que incluso muchos de los estudios empíricos que se habían realizado con el propósito de medir la competitividad tenían la intención de darle soporte a ideas preconcebidas más que fines explicativos. En un trabajo posterior, irónicamente afirma que la “competitividad es para algunos, una forma poética de llamar a la productividad” (1996: 2). Enfatiza, que no existe diferencia significativa entre la competitividad de una empresa y una región o país, sólo son formas distintas de ver la competencia a diferente escala, siendo los países o regiones, nada más que un conglomerado de empresas que compiten en el mercado mundial.

M. Porter (1991), en contraste con Krugman, reconocía que las economías de aglomeración, creadas por los agrupamientos de empresas en conjugación con el contexto institucional, ambiental, de gobernanza y de innovación, en el que estas se ubican -y que dan forma al famoso diamante de la competitividad-, son los determinantes fundamentales al momento de evaluar el desempeño competitivo de las empresas y, por tanto, el contexto en el que se ubican las empresas sí es importante, lo que hace plausible hablar de la competitividad de un territorio.

Al respecto, la siguiente frase escrita por Porter (1991) en el prefacio a la ventaja competitiva de las naciones, es muy elocuente, “Mi teoría comienza en las industrias y competidores individuales, y se desarrolla hasta la economía como un todo (...) La teoría que se expone en este libro pretende capturar la gran complejidad y riqueza de la competitividad actual, y no abstraerse de esto (...). Pretendo integrar los diversos elementos que influyen en el comportamiento y el crecimiento de las empresas. El resultado es un enfoque holístico, cuyo nivel de complejidad podría parecer un poco incómodo para algunas personas”. Con esta declaración se infiere que Porter reconoce que el limitado marco de análisis que ofrece la teoría de la firma, no es suficiente para entender el nuevo escenario de competitividad al que se deben enfrentar las empresas, los países, regiones y ciudades.

En esta misma línea argumentativa diversos autores han destacado que la competitividad es un fenómeno complejo y multideterminado, en donde participan otros sujetos, distintos a las empresas; y en donde el territorio, sus recursos y actores son esenciales. Entre ellos, destaca el realizado por Camagni (2002) quien expresa firmemente, que puede demostrarse que la postura de Krugman es errónea, en la medida que se puede comprobar que:

-Las empresas utilizan la localización como instrumento competitivo, y la movilización global para optimizar costos de producción y distribución;

-Los territorios no son meros objetos pasivos de las decisiones de localización por parte de las empresas, sino que son comunidades constituidas por sujetos económicos que actúan en interés propio, intentando mantener o atraer empresas;

-Las empresas se basan cada vez más en externalidades, bajo la forma de bienes públicos suministrados por la administración pública local; y

-Las empresas locales necesitan cada vez más bienes externos seleccionados y recursos específicos, que pueden ser difíciles de conseguir rápidamente sobre la única base de los desarrollos espontáneos del mercado.

En línea con Camagni, un numeroso grupo de destacados intelectuales -la mayoría de ellos latinoamericanos- de la categoría de F. Fajnzylber (1998), G. Müller (1995), Cuervo (2000), Chudnovsky y Porta (1990) y Lengyel (2004), este último economista húngaro; han abordado el estudio de la competitividad con visiones en las que destacan su complejidad y su necesaria elaboración social como condición, y el mejoramiento en los niveles de vida, como resultado inevitable.

En la misma ruta teórica, Chudnovsky y Porta al tratar de responder a la pregunta siguiente: ¿de los factores que determinan la competitividad internacional qué parte tiene su origen en la propia empresa y que fuera de la misma? coinciden con Chesnais (1986, 91: citado por Chudnovsky y Porta, 1990) al momento de reconocer que la competitividad de una economía “va más allá del simple resultado de la competitividad promedio de sus firmas, debido a que hay muchas maneras en que los atributos y la performance de una economía doméstica, visualizada como una entidad con características propias, afectará a su vez, la competitividad de las firmas”. La misma “involucra también la acción voluntaria del gobierno y otros agentes económicos para promover esa competitividad, que a su vez se construye sobre una determinada estructura de la economía que incluye tanto su configuración productiva y de relaciones entre sectores y entre firmas como aspectos institucionales que van más allá de lo estrictamente productivo.” (Ibíd.)

F. Fajnzylber (1990) abona a la perspectiva de Chudnosvsky, Porta y Lengyel al reconocer que el modelo de democracia participativa es perfectamente compatible con la competitividad basada en las innovaciones, dando lugar a lo que dicho autor llama competitividad auténtica. La implicación más relevante de esta perspectiva es que le da sustento social a la competitividad vinculándola con un modelo de desarrollo basado en la democracia participativa.

Bradford (1992:140) en consonancia con los planteamientos anteriores, contextualiza la competitividad en un esquema más amplio del modelo de desarrollo, en el que al ser el resultado de la democracia participativa, necesariamente se relaciona con conceptos como la equidad, la

sustentabilidad, la democracia y los derechos humanos. Lo planteado aquí se puede resumir en dos puntos:

- Los nuevos imperativos tecnológicos, organizacionales, institucionales, legales, políticos y culturales se imponen como elementos que prescriben el pensamiento y la acción contemporáneos, y que hacen posible diseñar una determinada configuración futura del sistema sociocultural, y
- La competitividad gana gravitación en las relaciones que establece con otros conceptos como la equidad, la sustentabilidad y valores sociales como la democracia los derechos humanos y la participación social.

El propio Bradford (1992: 3) escribía a inicios de los noventa, que esos años se constituían en una oportunidad para que “los pobres y los gobiernos aspiren a objetivos más amplios que los que fueron factibles en los ochenta. Existen, ahora, nuevos imperativos para la equidad social, la competitividad internacional y la sustentabilidad ambiental, que tienen que satisfacer dentro de un contexto democrático de participación social creciente y de respeto a los derechos humanos”.

A propósito de la idea de competitividad auténtica que propone Fajnzylber (1988:147), él señalaba que “en el orden interno de cada país, de la región, se hace cada vez más difícil continuar con un modo de producción que destruye el medio ambiente, y con un modo social de organización que acentúa las asimetrías entre los grupos sociales a través de la concentración de la riqueza y el aumento de la pobreza. Hoy, esta perversa polarización se considera un obstáculo al crecimiento económico: sobre todo la pobreza, entendida como la ausencia de mercado y la carencia de poder social. Para aplicar innovaciones tecnológicas y de organización que aumenten la productividad y consoliden un patrón competitivo auténtico, se requiere la redistribución del poder en las sociedades nacionales y la incorporación a él de los sectores pobres e indigentes. Hoy es imperativo lograr la reorganización sociopolítica, articulada con innovaciones para lograr el desarrollo nacional y/o regional en un contexto mundial competitivo.”

Las aproximaciones y coincidencias teóricas, no concertadas, entre los autores antes mencionados, nos conducen hacia una de las elaboraciones que más se aproximan a lo que entendemos por competitividad sustentable, el modelo culturalista de Müller (1995).

Lo primero que destaca este autor es la importancia que el tema reviste como una especie de norma de evaluación del desempeño general de los países y regiones “cuando la competitividad es ya una norma de evaluación, se refleja un prisma en la composición de esta que rebasa la primera visión (económica) de inclusión en el mercado, que va explorando las externalidades de otra manera y conjunta otras posturas teóricas que hacen posible la incorporación de la dimensión social, sumamente relevante en el mundo contemporáneo, que cuestiona la apertura comercial, la pobreza, el medio ambiente, etc. (Ibíd:148)

Por ello, plantea que la competitividad debemos concebirla mejor “mediante un mapa, o una red de conceptos articulados, cuyo objetivo es el mismo con cualquier definición del término: conquistar, mantener y ampliar la participación en los mercados. Este mapa se asemeja a un caleidoscopio; a un conjunto ordenado y flexible de conceptos que puede adaptarse a los intereses y objetivos de las personas que desean utilizarlo” (Ibíd: 139) , en contraste con aquellas visiones que intentan reducir una realidad tan compleja a un simple indicador (índice) que se utiliza como referente comparativo entre regiones, estados o países

Por su parte, Cuervo (2000: 72) argumenta la necesidad de abordar la competitividad incluyendo en el debate, la naturaleza colectiva de la ciudad y aunque reconoce que la teoría económica no es el mejor enfoque para abordarla, “no obstante en el tema de la competitividad urbana su referencia es casi obligatoria, pues la ciudad es desde allí visualizada en su capacidad generadora de bienestar”.

El autor distingue tres tipos de competitividad:

La competitividad frágil. Sustentada en la reducción de costos mediante estrategias de gestión de la moneda, bajos salarios, subvenciones fiscales, bajas tarifas de servicios públicos y reducción de precios de materias primas.

La competitividad durable. Bajo esta concepción, las estrategias locales de competitividad se soportan en medidas de más larga duración como la innovación, el impulso a la ciencia y tecnología, la educación y la generación de infraestructura.

El autor llama la atención sobre la necesidad de realizar esfuerzos adicionales “para intentar construir un concepto más específico de competitividad territorial, en donde el espacio social no sea solamente escenario, sino sujeto activo y mejor adaptado a las condiciones peculiares de la ciudad latinoamericana” (Ibíd: 77), lo que él denomina competitividad dinámica.

Competitividad dinámica. La misma aparece cuando las sociedades son capaces de implementar de forma permanente mecanismos de elaboración y construcción de los factores que determinan la competitividad social.

Otra propuesta novedosa para entender la competitividad regional se encuentra en el modelo de pirámide elaborado por el economista húngaro Imre Lengyel (2004: 8). En su modelo intenta dilucidar qué factores explican la competitividad de las regiones de Hungría partiendo de reconocer que “en la era de la globalización el enfoque unilateral *Krugman-Porter* ya no es confiable para explicar qué factores son responsables del éxito en la competición internacional. La producción económica, la tasa de crecimiento económico, la exportación de cuotas de mercado y el balance del comercio no muestran qué tan competitivo puede ser un país o una región”

MODELOS ELABORADOS DESDE LA ÓPTICA DEL TURISMO

En la ya generosa literatura existente sobre competitividad de los destinos turísticos, destacan dos modelos que son casi un referente obligado cuando se aborda este tema.

Estos modelos son el de Crouth y Ritchie (1999) y el de Dywer y Kim (2003). Domina en ambos una perspectiva de competitividad de los destinos turísticos determinada básicamente por sus dotaciones de recursos y por las actividades de gestión y promoción que de ellos se haga. Desde esta óptica, los determinantes de la competitividad de un destino están referidos por ventajas comparativas y competitivas que posean respecto a los demás destinos. De acuerdo con (Hassan, 2000) entonces, la competitividad se puede definir como: “la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores”. Desde una visión netamente económica el modelo de Crouth y Ritchie llama la atención sobre la capacidad de un destino para hacer un uso eficiente de sus recursos, lo que definiría su ventaja competitiva, siendo dicha capacidad lo que lo diferenciará competitivamente de otros destinos, con iguales o mayores dotaciones de recursos.

Figura 1. Modelo de Crouth y Ritchie (1999)



Fuente: Crouth y Ritchie (1999)

El modelo de Dywer y Kim (2003) aporta algunas diferencias en su elaboración pero no en los fundamentos bajo los cuáles se elabora. Los autores reconocen, al igual que Crouth y Ritchie que la base competitiva de un destino está determinada por los recursos con los que cuenta, los cuales pueden

ser heredados (recursos territoriales, patrimonio tangible e intangible) o creados (infraestructura, vías y medios de comunicación) y son apoyados por un conjunto de factores y recursos complementarios (políticas de promoción, normatividad, marketing, etc).

A partir del reconocimiento de los recursos disponibles se debe tomar en cuenta las condiciones de la demanda en cuanto a la percepción y las preferencias de los consumidores para realizar una adecuada diferenciación del destino y posicionarlo competitivamente con respecto a los demás.

Los dos modelos están claramente especificados y sin duda pueden ser útiles para explicar parcialmente la competitividad de un destino turístico. Ambos han exigido una detallada elaboración pero con una visión muy restrictiva fincada en la corriente neoclásica en economía; hecho que es notorio por el énfasis que ponen en el uso eficiente de los recursos disponibles (eficiencia en costos, ventaja comparativa), así como en la promoción y gestión del destino a partir de la comprensión del contexto micro y macroeconómico imperante.

La multiplicidad de modelos existentes encuentra su explicación en el hecho de que la competitividad es un concepto en construcción que de acuerdo a Bradford (1992) lucha por obtener su reconocimiento en el campo teórico y no está exento de ser un tema de disputa en los ámbitos político e ideológico.

A pesar de ello es posible identificar un conjunto de rasgos que son comunes a algunos de los modelos revisados en cuanto a los factores y condiciones que contribuyen a entender un concepto tan complejo, como lo es la competitividad territorial y que es necesario destacar porque van abriendo nuevas líneas de análisis de la competitividad que no son exploradas por el pensamiento ortodoxo (neoclásico) y que apuntan a una concepción más integral y compleja del concepto.

Tres de estos aspectos nodales son compartidos por Sobrino (2002: 328):

- “La diversidad de variables empíricas que se utilizan como determinantes competitivos.
- *La importante y necesaria*, pero muy compleja (subrayado nuestro) relación entre competitividad y calidad de vida.
- El papel de los gobiernos locales en el fomento de la competitividad”.
- El papel de las comunidades locales y su nivel de participación en la definición del modelo de competitividad que se ha de asumir y con ello, el reconocimiento de la existencia de una multiplicidad de actores.
- La necesidad de vincular la competitividad con los problemas derivados del no desarrollo: el bajo crecimiento, la inequidad, la falta de libertades, la debilidad institucional que deriva en problemas de ineficiencia y corrupción, la pobreza y el deterioro ambiental; todo ello con el firme propósito de establecer estrategias que superen la limitada óptica de mercado (F. Fajnzylberg, 1988)

-El reconocimiento de que la competitividad debe ser, por su naturaleza, una construcción social (Muller, 1995; Cuervo, 2000) y por lo tanto el contexto (territorio, recursos, actores e instituciones) es fundamental en su elaboración.

-Entendida así, la competitividad se convierte en un medio y no en un fin. Este último consiste en mejorar la calidad de vida y el bienestar de la gente garantizando un uso sustentable de los recursos para asegurar, al menos, el mismo nivel de bienestar para la “tercera generación”.

-Se transforma el significado de ser competitivo. Pasamos de una noción en la que se concibe que ser competitivo equivale a explotar las ventajas comparativas y la competitividad se convierte en un fin en si mismo; en donde la ruta a seguir para conseguirlo consiste en crear esas ventajas, aunque sea de manera artificial (gestión de la moneda, bajos salarios, excepciones fiscales, regulación laxa, sobre explotación de los recursos disponibles, etc), a otra noción en dónde la competitividad se vincula con el desarrollo y, por tanto, con la ampliación de las oportunidades para el despliegue de las capacidades de la gente.

Concebir y construir socialmente un modelo de competitividad con las características mencionadas, permitirá superar uno de carácter excluyente y empobrecedor para dar lugar a la implementación de un modelo sustentable. Sin duda, bajo este marco, estaremos hablando de un nuevo modelo de desarrollo.

Modelo de competitividad sustentable de un destino turístico

Desde la óptica de las teorías alternativas el objetivo esencial de la competitividad de un destino (ciudad, región o país) es el garantizar un crecimiento sostenido de la calidad de vida de las personas que lo habitan. Ello sólo es posible si se alcanzan niveles de desarrollo económico también sostenibles. Es decir competitividad, bienestar social y crecimiento económico son procesos que están vinculados.

En el terreno ambiental ciertamente se observa un mayor compromiso ambiental en empresas, gobiernos y consumidores, lo que se refleja en mayores inversiones en tecnología ambiental, mejora en procesos productivos con un enfoque de ecoeficiencia, diseño e instrumentación de políticas, creación de normas y leyes medioambientales con distinto grado de exigencia, la aplicación de instrumentos económicos con este propósito, así como la participación de cada vez más actores (empresas, comunidad, gobierno, mercado) que muestran una mayor responsabilidad ambiental.

Estos hechos aparentemente prueban la hipótesis de Porter (1990: 22) que establece que “el cumplimiento de una legislación ambiental bien diseñada no representa un costo adicional para las empresas, sino por el contrario, se convierte en un incentivo para la innovación tecnológica que a su vez aumenta la competitividad”.

Un paso importante para la elaboración de un modelo de competitividad sustentable reside en reconocer el imperativo de transitar hacia nuevas racionalidades, distintas a la racionalidad económica o de mercado y en que ello sólo es posible atendiendo a epistemologías alternativas tales como la racionalidad ecológica, la economía solidaria y el ecodesarrollo.

En este sentido junto con un más sólido compromiso ambiental se requiere rescatar los siguientes principios en el ánimo de confluir en la elaboración de una noción de competitividad sustentable de un destino:

El considerar el destino (la ciudad, la región o el país) como algo social y colectivamente construido, tal y como lo sostienen Zunino (2002), Bauman (2006), Harvey (2008), Cuervo (2000), Muller (1995) y Cabrero et al (2013); reconociendo que su agenda no puede hacerse al margen de los grupos sociales que las habitan, es decir, sin una necesaria gerencia social de los cambios, en acuerdo con Kliksberg (1999).

Sin embargo, su construcción dista mucho de ser arbitraria puesto que encuentra sustento en distintas perspectivas teóricas que consideran su necesaria relación con el desarrollo y la calidad de vida, entre otros: Lengyel (2004), Gordon (2010), Turok (2010), Cabrero et al (2003, 2007, 2013), Rogerson (1999), Muller (1995), Cuervo (2000); así como con la democracia, la equidad, el respeto a los derechos humanos y la participación social ; como lo sostienen Fajnzylber (1998), Bradford (1992), Sobrino (2002), Lever (1999), Budd e Hirmis (2004) y Kliksberg (1999). De igual relevancia es que sea ambientalmente viable, tal y como lo señalan Leff(2008) y Marcellesi (2013), entre otros.

No menos importante es el hecho de elaborarse bajo nociones distintas de la economía más próximas a lo que se conoce como economía solidaria y comercio justo (Manfred Max-Neff, 1994; Kilksberg 1999) con un claro cuestionamiento a la idea de que lo que importa en economía es el crecimiento del producto sin tomar en consideración la forma de organización social de la producción y los costos sociales y ambientales que ello implique (Tobin y Nordhaus, 1972 ; De Rivero, 2001; Repetto, 1989, entre otros).

La competitividad, entendida bajo estos principios adquiere un sentido más cercano a la cooperación y complementariedad con base en la generación de redes y nodos que integrarían a la economía y a la base social que la sostiene con una perspectiva social, ecológica, equitativa y democrática.

En este sentido la democratización de la producción y la economía solidaria se convierten en dos aspectos nodales de la competitividad de un destino. Al respecto, Sachs (1981) resalta la importancia de la complementariedad ecológica, más que la propia especialización productiva, en tanto Izaguirre y Tamayo (2005) dejan en claro que los mercados cada vez valoran más la responsabilidad social y ambiental; por su parte Gordon (1999) considera que las redes y asociaciones entre actores son los

responsables de la creación de una ciudad más competitiva, aspecto con el cuál coincide Cabrero et al (2013).

No se puede considerar a un destino turístico competitivamente sustentable, si en el prevalecen condiciones de exclusión en sus muy diversas manifestaciones. Por ello, deberá considerarse la evolución que presentan las variables de inclusión (Cabrero et al, 2013; Muller, 1995; Harvey, 1998; Bauman, 2006) relacionadas con condiciones de género, diversidad étnica, condiciones de grupos minoritarios, participación política de la mujer y de grupos indígenas, empleo e ingresos por género, por condición étnica y capacidades diferentes, población indígena con acceso a educación por nivel, cobertura de atención al adulto mayor, infraestructura para atención e inclusión de personas con capacidades diferentes, entre otras variables.

El compromiso social en la búsqueda de la innovación, la eficiencia y la productividad mediante el acceso a la educación, el fomento de la cultura y las artes, así como a la ciencia y la tecnología, debe considerarse como una condición necesaria e imprescindible para ganar en competitividad. Ello implica la necesidad de crear un ambiente de creatividad compartida en donde la disposición y acceso a la ciencia y la técnica generen efectos multiplicadores en el bienestar colectivo, aspecto que es respaldado por autores como Fajnzylberg (1990) al momento en que vincula funcionalmente a la competitividad, la democracia participativa y las innovaciones. Lengyel (2004) le otorga un papel motriz a la innovación en el logro de la competitividad y autores como Rogerson (1999), Breg y Braum (1999) reconocen que el conocimiento influye en la calidad de vida y es un determinante esencial de la competitividad, en lo que también coinciden Cabrero et al (2013), Begg (1999), Kliksberg (1999) y Gordon (1999).

Con base en los principios aquí expuestos es posible elaborar una definición de competitividad sustentable, entendida como el *conjunto de condiciones, factores y variables funcionalmente interrelacionados que hacen posible que un destino turístico (ciudad, región o país) sea preferido con respecto a otros destinos, sin que ello se traduzca en pérdidas en su riqueza patrimonial (tangible e intangible) y bajo un marco de inclusión social, economía solidaria, democracia, respeto a los derechos humanos y libertad responsable; con el fin de coadyuvar a la mejora constante en la calidad de vida de sus habitantes, generando mayores oportunidades de desarrollo social y económico y asegurando su viabilidad social, económica y ecológica.*

Entendida así la competitividad, el modelo que la exprese deberá respaldarse en el reconocimiento de los siguientes principios teórico-axiológicos:

-La relación innegable que existe entre desarrollo, competitividad y sustentabilidad.

-Se debe nutrir de nociones alternativas de racionalidad como la ecológica, la economía solidaria y el ecodesarrollo, dejando abierto el espacio para otras concepciones de racionalidad, más allá de la de mercado

-Bajo las premisas anteriores, la calidad de vida y el bienestar de la gente se convierten en el fin primordial de la competitividad.

-La competitividad, vista con este enfoque, exige la participación colectiva de los habitantes de los destinos, sobre que hacer con el territorio y sus recursos, así como en la determinación sobre como participar en los procesos regionales y globales.

-El modelo de competitividad sustentable considera el necesario equilibrio entre las tres dimensiones fundamentales: La social, la ambiental y la económica.

En el mismo sentido los principios metodológicos que deberán dar forma al modelo son los siguientes:

-Su fidelidad con la definición teórica de competitividad establecida en el propio modelo.

-Su función como referente comparativo de la competitividad de los destinos. A diferencia de los modelos existentes en los que el análisis comparativo (benchmarking) se realiza entre destinos, lo que exige un proceso previo de estandarización o normalización para determinar la mejor ciudad que serviría de parámetro de comparación.

-Su pertinencia para ser aplicado en diferentes contextos de desarrollo.

Ahora bien, desde una perspectiva de contabilidad social de la riqueza, un modelo de competitividad sustentable de un destino turístico deberá apegarse al principio de ingreso o renta Hicksiana (Hicks, 1939), el cual establece que la renta total sustentable de un sistema, es aquel flujo de recursos (reales o imputados) generado durante un periodo contable que, gastado en su totalidad en dicho ejercicio, deja a su perceptor con el mismo fondo de riqueza económica (capital), al final del periodo contable, que poseía al inicio del ejercicio en términos reales, en ausencia de nuevos descubrimientos de riqueza y de transferencias netas exteriores al sistema (Ecosistemas, No1, Enero-abril de 2004).

El principio Hicksiano de ingreso sostenible se puede expresar mediante la siguiente identidad contable (Sandoval, 2009: 91):

Rt=Van+Gc Siendo: **Rt**=Renta total, **Van**= valor añadido neto y **Gc**=ganancias de capital, con la inclusión de los beneficios o males ambientales

La relevancia del concepto “es que no sólo mide la renta a partir de los valores añadidos, sino que incorpora las ganancias de capital con origen en la variación de la riqueza, permitiendo la conexión de la cuenta de producción (bienes y servicios) con el balance de capital. La primera de estas cuentas registra el valor añadido en tanto la segunda, las ganancias de capital incluyendo, en el concepto de capital construido, al medio natural, haciendo posible la sostenibilidad de los ecosistemas mediante la valoración y cuantificación de pérdidas o ganancias de dicho “capital natural”. (Ibíd). En un sentido

práctico, el principio Hicksiano de ingreso o renta sostenible, aplicado al análisis contable de un destino turístico, indicaría que este es sustentable siempre y cuando una vez realizados los procesos productivos, de prestación de servicios, de consumo y distribución en un periodo determinado, el mismo concluye, al menos, con la misma riqueza (económica, social, ambiental y cultural) tenida al inicio del proceso.

Bajo este contexto teórico, axiológico, metodológico y contable es posible visualizar la competitividad de un destino con una perspectiva diferente, atendiendo a su complejidad y multideterminación, mediante una matriz conformada en sus ejes horizontales por tres tipos de factores (de soporte, impulsores y difusores), así como por las tres dimensiones (ambiental, social y económica) en los ejes verticales; dando lugar a seis cuadrantes o cruces, en cada uno de los cuales se pueden agregar diversas variables que son compatibles con los criterios establecidos para la evaluación de la competitividad de un destino turístico bajo una visión de sustentabilidad.

Cuadro . Matriz de Competitividad Sustentable de Destinos Turísticos

	Sustentabilidad ambiental (SA)	Sustentabilidad social (SS)	Sustentabilidad económica (SE)
FACTORES DE SOPORTE (FS): Conjunto de condiciones materiales, económicas, sociales y ambientales sobre las cuales se cimienta la dinámica social y la competitividad de un territorio)	Mercados ambientales Infraestructura y equipamiento Cultura ambiental Legislación ambiental moderna Responsabilidad social-ambiental (internalización de costos (M) Inventario de riqueza ambiental Políticas transversales en materia ambiental	Infraestructura de salud. Infraestructura educativa. Calidad de la educación Cohesión social. Participación ciudadana Mecanismos efectivos de participación política. Inclusión social de minorías Respeto y aplicación del estado de derecho Redes sociales y de cooperación	Económica Dinámica Estructura Económica diversificada e interrelacionada. Productividad Adecuado ambiente de negocios. Políticas económicas de incentivos Políticas activas para impulso de sectores estratégicos. Infraestructura de comunicación eficiente. Infraestructura moderna de Tic's
FACTORES IMPULSORES (FI): Capacidades y características generadas a partir de los FS que a su vez generan nuevas capacidades y determinan la singularidad de un territorio)	Niveles de contaminación y origen. Procesos de certificación y estímulos. Estímulos ambientales que premien las conductas responsables. Servicios ambientales que puede prestar el destino.	Desarrollo humano Niveles de pobreza Niveles de mortandad Responsabilidad social. Conservación de la cultura, historia y tradiciones Eficiencia gubernamental Transparencia y rendición de cuentas. Niveles de criminalidad	Calidad en el servicio. Modelo de empresa basado en la innovación, desarrollo humano, la cooperación y la economía solidaria. Alto estándar de capacidades humanas Conectividad Accesibilidad
FACTORES DIFUSORES (FD): Conjunto de factores que permiten proyectar y comunicar las capacidades y atractivos de un territorio)	Conservación de recursos naturales Medio ambiente sano Riqueza natural	Imagen urbana Estabilidad social Atractividad Estrategia de difusión y promoción del territorio (habitabilidad, calidad de vida y cohesión social).	Políticas públicas en la materia Políticas a nivel macro, meso y microeconómico interrelacionadas Procesos de planeación continúa. Estrategia de publicidad del destino Información para toma de decisiones

Fuente: Elaboración propia

Si bien el modelo no intenta ser exhaustivo en la integración de variables -sólo es un referente para una más amplia elaboración- tampoco pretende generar un único indicador de competitividad a la usanza de los organismos evaluadores conocidos, ni tiene el propósito de servir de referente para hacer un análisis comparativo entre destinos. La utilidad de la propuesta que aquí se presenta reside en disponer de un conjunto de indicadores, perfectamente visualizados, que den cuenta de la complejidad del destino y de la necesaria complementariedad y mutua determinación que ocurre entre factores y variables al momento de dar forma a un destino competitivamente sustentable.

En todo caso, analizando los componentes de la matriz de competitividad se pueden establecer niveles aceptables de sustentabilidad para cada uno de ellos, de tal suerte que sea posible clasificar los distintos destinos turísticos en alguna de las tres categorías siguientes:

1. Destinos competitivamente insustentables. Cuyos valores indicarían bajos estándares en las condiciones, factores y variables que hemos descrito (pobreza, desigualdad, inequidad, exclusión, depredación ambiental, debilidad institucional, etc. Podemos anticipar que muchos destinos de África, América Latina y Algunas de Norteamérica (México) estarían en esta situación.

2. Destinos en tránsito hacia la competitividad sustentable. Aquellos cuyos niveles de cohesión social, condiciones de equidad, responsabilidad ambiental, disfrute de libertades, innovación, funcionamiento institucional, etc.; han mejorado sustancialmente y en los que sus habitantes participan activamente en debates públicos sobre ¿qué hacer con sus recursos y su territorio?, ¿Cómo participar en la globalización? pero no han logrado dar el salto hacia modelos de competitividad sustentable. Por ejemplo, en términos de reconversión energética, economía solidaria y comercio justo, aunque avanzan en esa dirección. En esta categoría seguramente se ubicarían un número importante de ciudades turísticas europeas, de Estados Unidos; unas pocas de Asia, Oceanía y América Latina.

3. Destinos competitivamente sustentables. Aquellos que cumplirían a plenitud con las condiciones y características del modelo propuesto. En esta categoría, todo indica que no existe ningún destino en el mundo, aunque es muy probable que en los próximos 20 años veamos algunos con características muy cercanas a las exigidas por el modelo que aquí se describe.

CONCLUSIONES

¿Cómo convertir el turismo de un destino en un juego de suma positiva, en donde todos ganen? Es decir, ¿cómo hacer a un destino competitivamente sustentable?. En principio se deben reconocer las limitaciones que trata de imponer el mal llamado “pensamiento único” en ciencias sociales y economía para abrir las puertas a otro tipo de conceptualizaciones, soportadas en marcos epistemológicos alternativos, entre otros, en los propuestos por la economía y la sociología ecológica, el ecodesarrollo y la llamada economía solidaria.

Rompiendo con estas “ataduras” teórico metodológicas será posible transitar de una noción en la que se concibe que ser competitivo equivale a explotar las ventajas comparativas y/o competitivas, contexto en el cual la misma se convierte en un fin en si mismo y el camino para obtenerlo consiste en crear esas ventajas, aunque sea de manera artificial (gestión de la moneda, bajos salarios, excepciones fiscales, regulación laxa, etc). A otra dónde la competitividad se vincula con el bienestar, la calidad de vida y con la ampliación de las oportunidades para el desarrollo de las capacidades de la gente, convirtiéndose en un medio para incrementar sostenidamente la calidad de vida y el bienestar de las personas sin pérdida de riqueza.

Para lograrlo, en principio, se requiere la coordinación entre los actores en la definición de las estrategias, en la aportación de los esfuerzos y en la distribución equitativa de los beneficios. Es decir se necesita entender la competitividad como una obra colectiva, como una tarea social de especial relevancia.

Para lograrlo debemos eliminar aquellos obstáculos, algunos de ellos autoimpuestos, que nos impiden pensar con libertad, dificultando construir alternativas teóricas distintas a las propuestas por las visiones ortodoxas en ciencias sociales y en economía.

Y finalmente, se debe entender que el diseño del destino bajo un marco de competitividad sustentable, implica cambios radicales en los soportes del modelo de desarrollo vigente, que necesariamente parten de la elaboración de una nueva concepción bajo enfoques alternativos. Al respecto, se proponen cuatro principios esenciales (de las cuatro Ds) que inducirían cambios en la concepción que se tiene del turismo y ayudarían a fortalecer su importancia como alternativa de desarrollo para un gran número de comunidades a las cuáles se les presenta como una opción para ampliar sus oportunidades de empleo, ingresos, salud y educación:

1. **Desmaterializar.** Este principio implica el comprender que lo más importante reside en el establecimiento de relaciones humanas y de todo aquello que hace sentir al oferente y al demandante del servicio como seres íntegros e imprescindibles. Para lograrlo, se requiere fincar dichas relaciones bajo un esquema estricto de reconocimiento, respecto y fomento de los derechos humanos.

2. **Desmercantilizar.** No se debe ofrecer el patrimonio del destino turístico como si fuera una mercancía. Para su conservación se requiere verlo como algo no consumible por ser agotable. Su atractivo debe promoverse a partir de la experiencia que ofrece el contacto con la gente, con la naturaleza y con la riqueza cultural como algo único y diferente. Cuando se impone una visión mercantil del destino se alteran las relaciones humanas y de respeto mutuo entre quienes ofrecen y quienes demandan servicios, además de trastocar la relación que mantenemos con el patrimonio material, natural e inmaterial del destino turístico exponiéndolo a un uso y a una explotación desmedida que va más allá de sus propias capacidades.

La desmercantilización del destino permite apreciar y disfrutar lo que ofrece el mismo de una manera sustentable, cooperativa y solidaria entre las comunidades y el resto de los actores que participan en la amplia cadena del servicio.

3. **Desapropiar.** El patrimonio que sirve de base y atractivo del destino turístico no debe ser visto como propiedad de la presente generación agenciándose el derecho de usarlo irracional e ilimitadamente; por el contrario debe ser desapropiado como condición necesaria para lograr su apreciación desde una perspectiva ética y de existencia, trascendiendo a la presente generación, para garantizar una dotación de recursos y condiciones medioambientales que amplíen las oportunidades para todos.
4. **Democratizar.** Las posibilidades que se tengan de crear destinos competitivamente sustentables estarán en función, fundamentalmente, de los espacios que se abran para la participación de los diversos actores con el objetivo de debatir y decidir colectivamente que hacer con el territorio y sus recursos, en un ambiente de tolerancia, respeto e inclusión; en especial de las comunidades receptoras y los grupos minoritarios que las habitan. Esto implica concebir al destino como una obra social que necesariamente demanda la participación de todos de forma solidaria y cooperativa.

Lo más importante de lo hasta aquí dicho, se resume en la siguiente frase de Marcellesi (2013) “Atrevámonos a construir una ciudad (un destino) donde seamos capaces de vivir bien y de ser felices dentro de los límites ecológicos del Planeta y de forma democrática y solidaria”

REFERENCIAS

Barroso González, M. y Flores Ruiz, D (2006). *La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico*, cuadernos de turismo,017, Universidad de Murcia, España, disponible en Redalyc.

- Begg, I. (1999). *Cities and Competitiveness*. Urban Studies an International Journal for Research in Urban and Regional Studies, 36(5-6), University of Glasgow, Scotia.
- Bradford. (1992). *International competitiveness. Interaction of the public and private sectors*. Collected papers from EDI policy seminar, Washington, D.C., World Bank.
- Bubb, L. & Hirmis, A. (2004). *Conceptual Framework for Regional Competitiveness*. Regional Studies, 38(9), 1015-1028. Recuperado de <http://www.tandfonline.com/loi/cres20> Revisado el 12/07/2012
- Bustelo, P. (1999). *Teorías contemporáneas del desarrollo económico*. 1ª reimpresión, Editorial síntesis, Madrid, España.
- Cabrero, E., Orihuela, I. y Ziccardi, A. (2007). *Competitividad de las ciudades mexicanas. La nueva agenda de los municipios urbanos*. México: Secretaría de Economía-CIDE, Recuperado de http://www.cide.edu/programas/Documento_INDICE_COMPETITIVIDAD_CIUDADES_Mex_2007.pdf.
- Cabrero, E. et al. (2003) *Ciudades competitivas-Ciudades cooperativas: Conceptos claves y construcción de un índice para ciudades mexicanas*. Documento de trabajo 136, División de Administración Pública, Centro de Investigación y Docencia Económica, México D.F.
- Cabrero, E. et al. (2013) *Retos de la competitividad urbana*, CIDE, México D.F
- Cabrero, E., Orihuela, I. y Ziccardi, A. (2009). *Competitividad urbana en México: una propuesta de medición*. Eure, vol. XXXV(109), pp. 79-99, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile.
- Camagni, R.(2005). *El concepto de competitividad territorial*, Economía urbana, Antoni Bosch editor.
- Competitividad de los destinos turísticos*, disponible en: <http://www.empresaturisticas.mx/apps/site/files/fasciculo1.pdf>
- Chudnovsky, D. y Porta, F. (1990). *La competitividad internacional. Principales cuestiones conceptuales y metodológicas*. Centro de Estudios de Investigación de Postgrado (CEIPOS), Universidad de la República, Uruguay, Enero de 1990. Recuperado de www.ufps.legalitecas.com/COMPETITIVIDADINTERNACIONAL/Chudnovsky y Porta 1990
- Cuervo, González, L. (2000). *Ciudad competitiva entre las partes y el todo*. Territorios, 003, Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia, 69-80.
- De Rivero, O. (2001). *El mito del desarrollo*. FCE, México.
- Fajnzylber F. (1988). *Competitividad internacional, Evolución y lecciones*, en Revista de la CEPAL 36, diciembre, Santiago de Chile.

- Gordon, I. (1999). *Internationalization and Urban Competition*. Urban Studies, vol. 36(5/6), 1001-1016.
- Harvey, D. (1982). *The limits to capital*. Chicago, University of Chicago Press.
- Harvey, D. (2008). La libertad de la ciudad. *Revista antípoda*, 7, Universidad de los Andes, Colombia, 15-29
- Hicks, J.R. (1939). *Value and capital*. Klarendon Press, Second Edition, Oxford, United Kingdom.
- Izaguirre, J; Tamayo, U; Vicente, A. (2005). *Medio ambiente y competitividad ¿obstáculo u oportunidad?: una aproximación a partir de la evidencia empírica*, AEDEM 2005. Recuperado de www.dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo
- Kliksberg, B. (1999). *Hacia una economía con rostro humano*. Fondo de cultura económica. México D.F.,185.
- Krugman, P. (1991). Myths and Realities of U.S. Competitiveness. *Science*, 254(5033).
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession, *Foreign Affairs*, 73(2).
- Krugman, P. (1996). Making Sense of the Competitiveness Debate, *Oxford Review of Economic Policy*, 12(3).
- Krugman, P. & Obstfeld, M. (2000). *International Economics: Theory and Policy*, fifth edition, Addison Wesley, Reading, Massachusetts.
- Leff, E. (1978). *Falacias y aciertos del eco-desarrollo*. Comercio Exterior, 28(3), México D.F.
- Leff, E. (2007). *Ecología y capital*. Siglo XXI editores, 7ª edición, México D.F.
- Leff, E. (2011). Sustentabilidad y racionalidad ambiental: hacia otro programa de sociología ambiental. *Revista Mexicana de Sociología*, 73(1), Universidad Nacional Autónoma de México, México, México.
- Leff, E. (2012). *Discursos sustentables*. 1ª reimpresión, México D.F. Siglo XXI editores.
- Lengyel, I. (2004). *The pyramid-model: Enhancing regional competitiveness in Hungary*. Acta económica 3. Recuperado de www2.eco.u-szeged.hu/regions_gazdfejl_szcs/pdf/the_pyramid-model.pdf.
- Levfebre, H. (1975). *El derecho a la Ciudad*. Buenos Aires: Península.
- Lever, W. y Turok, I. (1999) *Competitive Cities: Introduction to the Review*, Revista Urban Studies, 36 (5-6) Recuperado de <http://usj.sagepub.com/content/39/5-6/929.refs.html>
- Marcellesi, F. (2013). *Ciudad y decrecimiento: los retos ecológicos de la urbe del siglo XXI*. Conferencia presentada en las jornadas sobre el Plan General de Ordenación Urbana de Bilbao (organizadas por el grupo municipal de Bildu, junio 2012) y en el curso “Paisajes productivos” (Agrupación Vasco-Navarra de Arquitectos Urbanistas, enero 2013).

- Max-Neef, M. (1994). *El desarrollo a escala humana: Conceptos, aplicaciones y reflexiones*. Icaria Editorial, Barcelona, España.
- Müller, G. (1995). *El caleidoscopio de la competitividad*. Revista de la CEPAL 56, Santiago de Chile.
- Nordhaus, William D. & J. Tobin (1972). *Is growth Obsolete?* Cowles Foundation, paper 398. Recuperado de www.nber.org
- Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations, *Harvard Business Review*, 68(2), 73-93.
- Porter, M. & C. Van der Linde (1995). Toward a new conception of the environment-competitiveness relationship. *Journal of Economic Perspectives*, 9(4).
- Porter, M. (2003). *Building the microeconomic foundations of prosperity: findings from the microeconomic competitiveness index*, in WEF, The Global Competitiveness Report: 2002-2003, World Economic Forum, Oxford University Press, New York.
- Porter, M. (1995). The competitive advantage of the inner city. *Harvard Business Review*, 73 (3), 55-71.
- Porter, M. (1996). Competitive advantage, agglomeration economics, and regional policy. *International Regional Science Review*, 19, (1- 2), 85-93.
- Rogerson, R. (1999). Quality of life and city competitiveness. *Urban Studies*, 36 (5-6), 969-985.
- Sachs, I. (1981). Eco-desarrollo, concepto, aplicación, beneficios y riesgos. *Revista Agricultura y Sociedad*, 18, 9-32.
- Sandoval Cabrera, P. (2009). *Hicks y su concepto de ingreso o renta sostenible: implicaciones para el desarrollo de un sistema de contabilidad ambiental*: En Martínez Escamilla, Ramón (Coord.). *La intervención del Estado: de Keynes a los poskeynesianos*. México D.F, Centro de Estudios para el Desarrollo Nacional, S.C.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Editorial Planeta.
- Siggel, E. (2007). *International Competitiveness and Comparative Advantage: A Survey and a Proposal for Measurement*. CESinfo Venice Summer Institute.
- Schumpeter, J. A. (1939). *Business Cycles: A theoretical, historical and statistical analysis of the Capitalist process*.
- Sobrinho, J. *Competitividad territorial: ámbitos e indicadores de análisis*. En: Economía, Sociedad y Territorio, Dossier especial, 2004.
- Turok, I. (2010). *Cities, regions and competitiveness*. *Regional Studies*, 38(9), 1069-1083. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1080/0034340042000292647>. Consulta 12/08/2012
- Zunino E., H. M. (2002). *Formación institucional y poder: Investigando la construcción social de la ciudad*. *Eure*, 28(84), Santiago de Chile. En: <http://redalyc.uaemex.mx>