



Vinculación Turismo-Agricultura del Municipio de Bahía de Banderas. Caso de Estudio: Centro de Calidad Nayarit

María Goretti Soto Ruiz¹, Edel Soto Ceja¹, Francisco Javier Robles Zepeda¹

¹Unidad Académica de Economía de la Universidad Autónoma de Nayarit. México.
g0rettisoto@hotmail.com, edelsoto6@hotmail.com, Probles58@gmail.com

Bahía de Banderas es el centro turístico de mayor crecimiento del estado, tanto de la oferta de alojamiento y servicios extra-hoteleros, como en el volumen de viajeros a la zona. Por otro parte, la actividad económica del municipio no se concentra solo en el sector turístico, sino que también participa el sector agropecuario, entre los que destacan los cultivos de arroz, sandía, mango, melón y jitomate que representan aproximadamente el 50% del valor total de la producción. Sin embargo, por las grandes dificultades por las que atraviesan los productores para proveer a grandes cadenas hoteleras, se creó por parte del gobierno del estado en el año 2013, el Centro de Calidad Nayarit, con el objetivo principal de ser el centro de acopio y distribución de productos agro-alimentarios al sector hotelero de la Riviera Nayarit.

De acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en una década el número de cuartos de hospedaje registrados en la entidad, pasó de 4,590 en el 2000 a 17,944 en el 2010. El número de establecimientos de hospedaje se incrementó de 74 en el 2000 a 187 en el 2010, destacando por ser más del 70% hoteles de cinco estrellas y 9% de Gran Turismo. En el 2007 se registraron 834,992 turistas, siendo el año con mayor número de turistas hospedados en el municipio de Bahía de Banderas hasta el año 2010 (INEGI, 2010).

La actividad económica del municipio de Bahía de Banderas según datos del sistema de información agroalimentaria y pesquera (SIAP, 2012) señala que se cosecharon 12,095 ha., con cerca de 55 cultivos diferentes entre los que destacan el maíz, sandía, jitomate, melón, arroz que representan más del 50% del valor total de la producción.

Vinculación Turismo-Agricultura

Desde hace varios años se viene debatiendo la utilidad del turismo, como factor para fomentar el desarrollo socioeconómico de los países en desarrollo.

En Jamaica, se demostró como los hoteles pequeños utilizan una mayor proporción de la producción de alimentos locales que los hoteles grandes e intermedios, y como algunos alimentos utilizados por los grandes hoteles eran importados mientras que estos se producían localmente.

Según Timms (2006), en base a la estimulación potencial y efectos transformadores en el sector agrícola local en términos de capacidad de coordinar la oferta y la demanda, las cuales son: contrato individual formal con el productor; cooperativas; contrato informal con productores de forma individual; mayorista; agente / vendedor ambulante; mercado local; supermercado y autoabastecimiento. Destaca que las



formas de vinculación más utilizadas por los grandes desarrollos turísticos es la mayorista y mientras que los pequeños hoteles es la de supermercados.

De acuerdo con Mc Bain (2007), analiza algunos programas para vincular el turismo con la agricultura, con hoteles de todo incluido y grandes centros turísticos que han aumentado el consumo de productos agrícolas locales, entre las ventajas destaca la obtención de un precio competitivo para los agricultores que ofrecen productos de buena calidad, el incentivo para la cooperación entre productores y la ayuda para mejorar la calidad de los productos. El principal desafío es mantener un suministro con los estándares requeridos.

Aproximadamente un tercio de los gastos del sector turístico de la zona son destinados a la adquisición de alimentos, lo que representa un potencial de mercado para colocar los insumos y productos agrícolas locales (Torres, 2003). Las investigaciones indican que los cinco principales proveedores de verduras, frutas, pescado, aves y carne, en conjunto aportan más del 50% del volumen total del mercado del sector turístico en sus respectivas categorías; además, los proveedores mayores manejan “incentivos monetarios” a chefs y gerentes de alimentos y bebidas que limita a los proveedores más pequeños.

Algunos factores que identificó Torres (2003) y que no se mencionan en la literatura son: el monopolio de las redes de comercialización, la desconfianza entre los productores, proveedores y representantes de la industria turística, redes de comercialización corruptas y el carácter informal de las operaciones agrícolas locales.

En general como lo afirman Bowen, Cox, & Fox (1991), la relación entre la agricultura y el turismo es más compleja que lo que

reconoce en la literatura, pero una mayor integración de estas actividades puede reducir la fuga de dólares de la economía local y ampliar los ingresos del sector agropecuario.

Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit

Localización

Bahía de Banderas se ubica en el extremo sur-oriental del Golfo de California y forma parte de la porción septentrional de la provincia fisiográfica Sierra Madre del Sur. Se sitúa al sureste del Estado de Nayarit; limita al norte, con el Municipio de Compostela, al sur y al oeste con el Océano Pacífico y al este con el Estado de Jalisco. Sus límites extremos son: al noroeste el Océano Pacífico y la localidad Lo de Marcos, al noreste el río Ameca y el sitio conocido como El Ahuejote, al sureste la desembocadura del Río Ameca al Océano Pacífico y al suroeste Punta Mita.

Antecedentes históricos del Municipio

En 1937, se asignó por resolución presidencial una dotación de tierras al ejido de Valle de Banderas. De los años cuarenta a cincuenta, el desarrollo de la región se orientó más hacia el estado de Jalisco que a la misma localidad. En noviembre de 1970, se creó el fideicomiso de Bahía de Banderas que impulsaría el desarrollo turístico de la región, hecho que se complementaría con la pavimentación de la carretera federal Tepic-Puerto Vallarta, Jal., a mediados de esta década.

Por Decreto Número 7,261 del H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Nayarit, se crea un nuevo municipio en la zona sur del territorio de la actual Compostela, que se denominará Bahía de Banderas, quedando integrado en la base de la organización política y Administrativa del Municipio Libre en el Estado de Nayarit. Publicado en el Periódico Oficial Órgano del Gobierno del Estado de Nayarit, el 13 de diciembre de 1989 (INEGI, 2011). El nuevo municipio motivó la reestructuración de las regiones



económicas de Nayarit de acuerdo a sus potencialidades, creándose así la región Costa Sur, que comprendería los municipios de Compostela y Bahía de Banderas.

Contexto Social

Bahía de Banderas es uno de los centros de población más importante del Estado de Nayarit, resultado de la dinámica económica, turística y urbana del corredor de la Riviera Nayarit. El municipio registró un incremento de 211.83% en su población de 1990 al 2010. Actualmente cuenta con una población de 61,206 mujeres y 62,999 hombres con un total de 124,205 habitantes que representa el 8.73% de la población del Estado de Nayarit (INEGI, 2010).

Contexto Económico

El crecimiento de la actividad turística genera una dinámica urbana explosiva, la cual ha llevado a un esquema de desarrollo desordenado. Dentro de este crecimiento se generan condiciones específicas relacionadas con la inmigración de personas y con la instalación de sus modos de vida en el territorio ("Atlas de Riesgos Naturales del Municipio de Bahía de Banderas," 2011).

Al analizar la Población Económicamente Activa (PEA), de acuerdo a los datos de los Censos Generales de Población y Vivienda en 1970, el sector primario contaba con el 73.2% de la PEA, en tanto que el sector secundario y terciario registraban 8.8% y 18% respectivamente, mostrándose así la importancia de la agricultura, pesca y silvicultura en la región para ese año; sin embargo, en las décadas de 1980 al año 2000, el cambio resultó espectacular al registrarse en el sector primario una modificación en la PEA, pasando del 57.5% al 25.9%, lo que significa que en 20 años el sector primario perdió 31.6% de su participación en el empleo regional (Castro Álvarez, 2009).

Se comprueba que el sector primario no solo dejó de crecer sino que aportó menos empleos y, por ende, disminuyó su tasa de participación por actividad en la economía regional, implicando que la actividad turística se ha impuesto a la agrícola relegándola incluso a cifras por debajo del sector secundario cuando no hace más de tres décadas representó la actividad principal en la región (Fernández Agraz, 2011).

Análisis y resultados del Centro de Calidad Nayarit

El Centro de Calidad Nayarit surgió como propuesta de campaña del actual gobernador del estado de Nayarit, para vincular el sector agrícola con el turístico a través de una central de abasto o un mercado para la región costa sur, principalmente para abastecer los hoteles de la Riviera Nayarit. Esta institución empezó a laborar en julio de 2013 con un *softopening*, o apertura suave, atendiendo a un solo hotel con pocos productos agrícolas como "prueba" para estructurar la forma de trabajar. Actualmente no cuenta con ninguna figura jurídica, pero está en proceso de constitución.

Aunque no se encuentra considerado como proyecto estratégico en el Plan Estatal de Desarrollo de Nayarit 2011-2017, para su creación se tuvo como objetivo principal el desarrollo integral de las seis regiones económicas que conforman la entidad. En el apartado del mencionado Plan en lo que corresponde a la rama de crecimiento económico sectorial y regional, en el que se encuentran las líneas de acción, se establece, entre otras prioridades, fomentar e impulsar el desarrollo equitativo de las regiones productivas del Estado de Nayarit mediante la integración del sector primario con la industria y el turismo, así como con el encadenamiento productivo de las regiones.



A partir de ello la presente administración incluyó a tres dependencias del gobierno del estado para que elaboraran el proyecto y se llevara a su consecución. Estas instituciones fueron: la Secretaría Agricultura Ganadería Desarrollo Rural y Pesca (SAGADERP), la Secretaria de Desarrollo Económico (SEDECO) y la Secretaria de Turismo, cada una con diferentes funciones. Así, la SAGADERP y SEDECO se encargan de identificar a los productores que tengan como vocación la de vender a hoteles de la zona de Bahía de Banderas; una vez identificados a los potenciales compradores de los productos agropecuarios, ambas dependencias analizan los productos que cuenten con las características requeridas de calidad y normatividad establecida.

Posteriormente se contactan con el CCN para el proceso de comercialización y orientando a los productores para lograr que sus productos cumplan con los estándares establecidos por los desarrolladores turísticos de la Riviera Nayarit. La SEDECO apoya a los productores que generan valor agregado al procesamiento de sus productos, mientras que la SAGADERP a los que lo venden directamente después de cosecharlos.

Por otra parte, la Secretaría de Turismo del gobierno del estado tiene una vinculación directa con los representantes de los desarrolladores turísticos por lo que es la encargada de plantearles el proyecto y sumarlos. Actualmente, también se encarga de la promoción de los productos nayaritas en hoteles, restaurantes y comercios.

Es importante destacar que las tres dependencias del gobierno del estado de Nayarit (SAGADERP, SEDECO y SECTURNAY), aportaron una inversión inicial de \$1'200,000.00 (un millón doscientos mil pesos 00/MN), la cual se canalizó para la adaptación de las

instalaciones del CCN, además adquiriéndose dos cuartos fríos y remodelándose sus oficinas para una mejor operatividad y servicio.

Uno de los retos que enfrentó el CCN en su implementación fue que se identificó que el gobierno directamente no podía comprarles a los productores y venderles a los hoteles, por lo que una comercializadora se propuso para realizar el proceso de compra-venta, con el compromiso de facilitar la venta de productos del campo nayarita a los hoteles ya que esta empresa cuenta con más de 10 años de experiencia en la actividad.

A la fecha se tiene un contrato de comodato por las instalaciones con dos comercializadoras, una dedicada a la comercialización de productos agrícolas y otra de productos procesados; pero el convenio de colaboración, entre las comercializadoras y el gobierno del estado, en el que se especifican las obligaciones, responsabilidades y derechos de cada una está actualmente en proceso de elaboración. A pesar de los contratos, no existe una exclusividad con las comercializadoras, de hecho se está trabajando para que una más se integre para surtir específicamente mariscos.

El papel de las comercializadoras en la vinculación del sector agrícola con el turístico es esencial, aunque no indispensable, puesto que se encargan de la compra de los alimentos directamente a los productores. Después de adquirir los productos, la comercializadora se encarga de que cumplan con las características requeridas por los hoteles, consistentes en el lavado o limpieza de los alimentos, la entrega y el acomodo en los almacenes de los hoteles, entre otras actividades.

En lo que respecta al proceso de comercialización en sí, pareciera que el CCN no tiene un papel directo, porque es la



comercializadora la que se encarga del pago, facturación y otros procesos de compra-venta, pero es al Centro de Calidad de Nayarit al que le corresponde verificar que los productores obtengan un mejor precio y el pago se cumpla en tiempo y forma y al contado. En igual forma se busca que no haya intermediarios en el proceso de compra-venta (coyotes), sino que sean directamente los productores los que vendan, de esta forma sería mayor el beneficio para los agricultores. Es por ello que entre sus clientes potenciales no se encuentran las organizaciones de productores puesto que por lo general estas fungen como centros de acopio y por consecuencia es difícil saber si realmente se les está pagando el precio pactado a los miembros de esa organización.

Por otra parte, por ser el Centro un organismo con poco tiempo funcionando, tiene áreas de oportunidad y estas son los procesos internos de control o verificación que lleva el CCN con la comercializadora, ya que solamente la empresa entrega de manera mensual informes al CCN con la relación de los productos, cantidades, precios y datos de los productores a los que se les compró su cosecha, pero lamentablemente no se cuenta con formatos de control oficial que dé más transparencia y certidumbre a las acciones emprendidas.

A pesar de las dificultades el CCN en estos momentos atiende a seis grupos empresariales de Bahía de Banderas y los productos que se han vendido a los hoteles son: jitomate, calabaza italiana, aguacate, tomate verde, col blanco, pepino criollo, chile poblano, chile serrano, limón persa, nopales, cilantro, berenjena, elotes, chile jalapeño, enneldo, albahaca, arugula, menta, cebollín, chile habanero, hierbabuena, rábano cambray, papaya, piña, plátano macho, plátano tabasco, sandía, huevo y azúcar.

Los agricultores que se han visto beneficiados del CCN son de los municipios de Bahía de Banderas y Compostela, de las localidades de: San Juan de Abajo, San José del Valle, Valle dorado, Valle de Banderas, Las Varas, Sayulita y Peñita de Jaltemba; se espera en un futuro poder facilitar la comercialización de productos de otras regiones del estado.

Además del posicionamiento de productos agrícolas nayaritas en el sector hotelero, el CCN abrió la venta al público dentro de las mismas instalaciones, que por su ubicación estratégica ha facilitado la promoción a restaurantes, comercios pequeños y turistas que desean consumir productos locales. Por otra parte, ha promovido la puesta en marcha de invernaderos que estaban abandonados y ha realizado convenios de intención de compra con agricultores que aún no cosechan sus productos.

Consideraciones finales

El Plan Estatal de Desarrollo 2011-2017 establece que el turismo es una actividad que se debe estimular por lo que significa ingresos de divisas para el Estado, generación de empleos y el desarrollo de las regiones. Por lo tanto, el desempeño del sector turístico responde no solamente a las políticas diseñadas para este fin, sino que también está influido por el desempeño de la economía en su conjunto y aún más por factores coyunturales, por lo que se convierte en vital necesidad plantear diversas alternativas para detonar la economía del Estado.

En este contexto, en los últimos años Nayarit viene ocupando el primer lugar nacional en inversión turística extranjera y también en ocupación hotelera. En el año 2013 se invirtieron 250 millones de pesos en la rehabilitación de paraísos nayaritas, en pueblos que dependen directamente del turismo.



La promoción turística histórica con una inversión de más de 200 millones de pesos más los 36 millones de dólares en la campaña Vallarta-Nayarit que se promovió en Estados Unidos y Canadá (Secturnay, 2014).

Ante estos logros en el turismo, principalmente en la Riviera Nayarit, era una prioridad para el gobierno del Estado que los beneficios también impactaran a los productores del campo mediante la creación del Centro de Calidad Nayarit, ubicado en la Cruz de Huanacastle. Una de las principales funciones del Centro de Distribución Calidad Nayarit es la de lograr la compra asegurada de las cosechas de los productores de la región. Ante ello se tienen expectativas de ventas de dos mil 300 toneladas de productos del campo que generarán una derrama económica estimada de poco más de cien millones de pesos.

El Estado de Nayarit al no haber desarrollado durante muchos años empresas con una clara misión y visión de futuro, de servicio hacia el sector turístico, no esté impactando en forma directa a este sector, y por lo tanto, no esté realmente vinculada con las empresas turísticas establecidas en la entidad. Lo anterior no significa que los productos agrícolas, pecuarios, pesqueros, frutícolas o agroindustriales de la entidad no estén llegando a los establecimientos turísticos, sino que estos están llegando a través de empresas mejor organizadas, con una mayor experiencia y eventualmente con una mayor capacidad económica.

La mayoría de estas empresas proveedoras se localizan en Puerto Vallarta, Jalisco, con su mercado principal, atendiendo desde ahí a las empresas establecidas en territorio Nayarita, las cuales cada vez les están quedando más retiradas en virtud de que el crecimiento se está dando de sur a norte del estado. Los

factores tanto de lejanía, como de crecimiento del número de establecimientos, está afectando la oportunidad en los abastecimientos y la calidad en la atención que los proveedores están en condiciones de proporcionar a los negocios turísticos asentados en Nayarit. Por lo tanto es la gran oportunidad que los empresarios del Estado de Nayarit deben aprovechar para vincularse en forma directa con la actividad turística mediante el recientemente organismo creado como Centro de Calidad Nayarit.

Para lograr competir exitosamente con las empresas ya establecidas y con mayor experiencia de Puerto Vallarta, se sugiere la organización de cinco clúster agropecuarios y agroindustriales, para los cuales el Estado de Nayarit tiene condiciones apropiadas, estos son: Clúster Horto-frutícola; Clúster pecuario (ganado bovino y porcino); Clúster pesquero y acuícola; Clúster de producción avícola; Clúster del café (Consultores,1998).

A excepción del clúster ganadero, todos los demás deberán contar con una empresa líder, con presencia en la zona hotelera, ya que la base del éxito para todos estos aglomerados económicos es estar lo más cerca posible de los clientes, para conocer de primera mano sus necesidades, gustos, preferencias, nivel de satisfacción y demás información que permite otorgarle la mejor atención.

Por ello con la instalación del Centro de Calidad Nayarit, se está garantizando que vaya de la mano con el crecimiento turístico junto al desarrollo del campo, el cual deberá ser fortalecido por el Gobierno del Estado de Nayarit, concertando las acciones específicas necesarias entre los empresarios hoteleros de Bahía de Banderas, los inversionistas del Estado de Nayarit y los productores agropecuarios en general.



Finalmente, es evidente que si hasta la fecha los otros sectores de la economía en Nayarit han estado desvinculados al sector turístico, es necesario realizar acciones y estrategias que vengán a fortalecer la demanda de requerimientos de insumos, aún los básicos, como los del renglón

alimentario, por lo que se recomienda que los clúster que inician sus actividades en el corto plazo, en el mediano y largo plazo cuando alcancen mayor competitividad se provean de productos agrícolas, pecuarios, pesqueros y agroindustriales, producidos en el propio Estado de Nayarit.

Bibliografía

- Atlas de Riesgos Naturales del Municipio de Bahía de Banderas. (2011).
- Ayuntamiento del Municipio de Bahía de Banderas. (2011). Plan Municipal de Desarrollo 2011-2014.
- Bélisle, F. J. (1984a). Notas sobre la articulación entre el turismo y la producción de alimentos en Jamaica. *Revista Geográfica*, 99, 99–107.
- Bélisle, F. J. (1984b). Food Production and Tourism in Jamaica : Obstacles to Increasing Local Food Supplies to Hotels. *The Journal of Developing Areas*, 19(1), 1–20.
- Bélisle, F. J. (1984c). Tourism and Food Imports: The Case of Jamaica. *Economic Development and Cultural Change*, 819–842.
- Bowen, R. L., Cox, L. J., & Fox, M. (1991). The Interface Between Tourism and Agriculture. *The Journal of Tourism Studies*.
- Cardona Acevedo, M., Zuluaga Díaz, F., Cano Gamboa, C. A., & Gómez Alvis, C. (2004). Diferencias y similitudes en las teorías del crecimiento económico.
- Castro Álvarez, U. (2009). *Estructuras regionales emergentes y desarrollo turístico sustentable: la región Costa Sur de Nayarit, México*. Universidad de Guadalajara.
- CEPAL. (2000). Capítulo 9. Un Crecimiento más dinámico. En *Equidad, desarrollo y ciudadanía* (pp. 205–223).
- Diagnóstico Turístico del Estado de Nayarit. *Acti Consultores Mexicanos, S. C.*, 1998
- Fernández Agraz, C. (2011). El auge del turismo y el declive del sector agrícola en Bahía de Banderas , Nayarit, (7).
- Gobierno del Estado de Nayarit. (2000). *Plan Estatal de Desarrollo 2000-2005*. Talleres Gráficos del Gobierno del Estado de Nayarit.
- Gobierno del Estado de Nayarit. (2005). *Plan Estatal de Desarrollo NAYARIT 2005-2011*. Tepic: Talleres Gráficos del Gobierno del Estado de Nayarit.
- Gobierno del Estado de Nayarit. (2011). *Plan Estatal de Desarrollo NAYARIT 2011-2017*. Tepic: Talleres Gráficos del Gobierno del Estado de Nayarit.
- H. VIII Ayuntamiento de Bahía de Banderas. (2011). Bahía de Banderas. *Nuestra Historia*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.bahiadebanderas.gob.mx/index2.php/nuestra-historia/>
- IMIT. (1994). *Estudio de Gran Visión para el Estado de Nayarit*. Tepic: Talleres Gráficos del Gobierno del Estado de Nayarit.
- INEGI. (2010). Censo de Población y Vivienda 2010. Estados Unidos Mexicanos- Estado de Nayarit.
- INEGI. (2011). Atlas Situación Actual de la División Político-Administrativa Interestatal Estados Unidos Mexicanos- Estado de Nayarit.
- INEGI. (2012). Sector alimentario en México 2012: Series estadísticas sectoriales núm. 26 Estados Unidos Mexicanos- Estado de Aguascalientes.
- Jaguaribe, H. (1974). *Desarrollo Económico y político*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Jímenez Martínez, A. de J. (2005). *Desarrollo Turístico sustentabilida: el caso de México*. (Miguel Ángel Porrúa, Ed.). México.
- Mc. Bain, H. (2007). Caribbean tourism and agriculture: linkingnhance development and competitiveness. *ECLAC: Studies and Perspectives series.*, II.
- Murphy, K., Croes, R., & Chen, P.-J. (2012). Turismo y Agricultura. Un modelo de “Alimentación Lenta” para la promoción de productos agrícolas locales por medio del Turismo en asistencia de los menos afortunados en Latinoamérica. *Diálogos Revista Electrónica de Historia*, 65–82.



-
- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (DRAE). Retrieved from <http://lema.rae.es/drae/?val=AGRICULTURA>
- Rodríguez González, J. A., & Caldera Ortega, A. R. (2013). Crecimiento económico y desarrollo local en la región Centro-Bajío de México. *Quivera*, 15, 37–59.
- SAGARPA. (2010). Servicio de Información Agroalimentaria y Pequera (SIAP). Recuperado el 25 de Noviembre de 2013, de http://www.siap.gob.mx/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=351
- Torres, R. (2003). Linkages between tourism and agriculture in México. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 546-566.
- Timms, B. (2006). Caribbean agriculture-tourism linkages in a neoliberal world: Problems and prospects for St Lucia. IDPR.