



Revista EDUCATECONCIENCIA.

Volumen 7, No. 8.

ISSN: 2007-6347

Julio - Septiembre 2015

Tepic, Nayarit. México

Pp. 5 – 16

DOI:<https://doi.org/10.5829>

[9/edu.v7i8.247](https://doi.org/10.5829/9/edu.v7i8.247)

Recibido: 15 de julio de  
2015

Publicación: 30 de  
septiembre

**Condiciones para la creación de un cluster turístico hotelero en  
Bahía de Banderas, Nayarit**

**Conditions for the creation of a hotel tourism cluster in Bahia de  
Banderas, Nayarit**

Autores:

**Kathia Guadalupe Carrillo Jiménez**

Universidad Autónoma de Nayarit

[carrillokgj@gmail.com](mailto:carrillokgj@gmail.com)

**Francisco Javier Robles Zepeda**

Universidad Autónoma de Nayarit

[probles58@gmail.com](mailto:probles58@gmail.com)

**Amparo Jiménez González**

Universidad Autónoma de Nayarit.

[ampajime555@hotmail.com](mailto:ampajime555@hotmail.com)

## **Condiciones para la creación de un cluster turístico hotelero en Bahía de Banderas, Nayarit**

### **Conditions for the creation of a hotel tourism cluster in Bahia de Banderas, Nayarit**

**Kathia Guadalupe Carrillo Jiménez**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[carrilokgj@gmail.com](mailto:carrilokgj@gmail.com)

**Francisco Javier Robles Zepeda**

Universidad Autónoma de Nayarit  
[probles58@gmail.com](mailto:probles58@gmail.com)

**Amparo Jiménez González**

Universidad Autónoma de Nayarit.  
[ampajime555@hotmail.com](mailto:ampajime555@hotmail.com)

#### **Resumen**

Bahía de Banderas es un municipio con un gran potencial turístico y el principal generador económico del estado de Nayarit, se localiza en el corredor turístico de la Riviera, Nayarit; El presente trabajo se realizó mediante el enfoque cuantitativo y cualitativo, con el fin de analizar las condiciones para la formación de un cluster turístico hotelero en Bahía de Banderas. Para ello, se realizó la revisión teórica sobre el cluster y las características básicas para su implementación y se identificaron los principales elementos de factibilidad, así como los pasos para la formación del cluster hotelero; se recopiló información sobre las unidades económicas y la población económicamente activa del sector turístico hotelero, y de acuerdo a la metodología aplicada, se concluye que existe factibilidad para la formación de un cluster en el municipio de Bahía de Banderas, Nayarit.

Palabras claves: competitividad, desarrollo local y cluster turístico.

#### **Abstrac**

Bahia de Banderas is a municipality with a great tourist potential and the largest economic generator in the State of Nayarit, is located in the tourist corridor of the Riviera Nayarit; This work was performed by the quantitative and qualitative approach in order to analyze the conditions for the formation of a hospitality tourism cluster in Bahia. To do so,

was the theoretical review on the cluster and the basic characteristics for its implementation and identified the main elements of feasibility, as well as the steps for the formation of the cluster hotel; I will collect information about the economic units and the economically active population the hospitality tourism sector, and according to the methodology applied, it concludes that there is feasibility for the formation of a cluster in the municipality of Bahia de Banderas, Nayarit.

Keywords: competitiveness, local development and tourism cluster.

## **Introducción**

Con un escenario económico cada vez más marcado por la presencia de mercados saturados, clientes exigentes y alto grado de competencia, se vuelve imprescindible crear tácticas como la implementación de clusters de forma estratégica para sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo.

La Riviera Nayarit tiene una actividad turística hotelera con mayor dinámica económica en el estado de Nayarit; presenta una tasa de población económicamente activa, del 54.7% de la población total, cuenta con 224 establecimientos de hospedaje, los cuales representan el 60% de cuartos de hotel en Nayarit. La Riviera Nayarit obtuvo el segundo lugar nacional con mayor oferta de hoteles cinco diamantes y con la mayor cantidad de hoteles de lujo y residencias de descanso (Malacara, Plascencia y Madrigal; 2014).

La actividad turística es generadora de empleo y detonador para el desarrollo de proyectos que impacten de manera positiva al estado de Nayarit. La implementación de una estrategia de cluster puede ser una “alternativa para dinamizar el sector turístico” (Contreras, 2005). En los últimos años el mejoramiento del sector turístico es una prioridad, esto se debe en gran medida a la globalización económica y al incremento en las exigencias de los consumidores. Lo anterior estimula a los empresarios a estar constantemente informados y a realizar mediciones periódicas acerca de los requerimientos de los clientes con el fin de diagnosticar y a mejorar los procesos que inciden en el logro de las ventajas competitivas (Sánchez, 2008). La estrategia de cluster se utiliza actualmente a nivel

mundial, establecer un cluster hotelero como estrategia podría ser “una excelente opción para garantizar la supervivencia a largo plazo de las empresas del sector hotelero en la zona de estudio” (Sánchez, 2008).

Un hotel es un establecimiento dedicado al público, se construye y equipa especialmente a fin de prestar servicios remunerados de alojamiento, alimentación y otros a sus huéspedes (Ramírez, 2006); la industria hotelera es el conjunto de empresas que ofrecen diferentes tipos de servicios para satisfacer necesidades básicas, por lo anterior, la competitividad en cualquier sector es la capacidad de las empresas de vender más productos y/o servicios y de mantener o incrementar su participación en el mercado, sin sacrificar las utilidades.

### **¿Qué es un cluster?**

Desde 1890 Marshall describió las ventajas de la aglomeración de las actividades económicas a partir de la especialización y disponibilidad de mano de obra calificada; los términos utilizados fueron *distritos industriales*, *polos de desarrollo*, *sistemas productivos locales*, *sistemas regionales* y *nacionales de innovación* principalmente. El concepto de clusters fue difundido por Porter (1990), a partir del modelo diamante de las ventajas competitivas<sup>1</sup>. En el estudio, evidenció que las empresas líderes en cualquier campo tienden a agruparse en ciertas áreas geográficas, a estas agrupaciones se les llama cluster competitivos, los cuales resultan de la búsqueda de nuevas y mejores formas de competir, innovar y llegar más rápidamente al mercado.

Maskell (2001), señala que los clusters surgen de la aglomeración geográfica de actividades económicas relacionadas; los cluster se conforman teniendo en cuenta a las empresas y las relaciones que establecen entre ellas. La definición involucra, la proximidad

---

<sup>1</sup> El modelo de las ventajas competitivas consta de cuatro atributos y conformar un rombo, las condiciones de los factores son: Condiciones de la demanda: Empresas relacionadas horizontal y verticalmente y la Estructura y rivalidad de las industrias. Todos estos atributos conforman un sistema, al cual Porter denominó "Diamante"; dos variables auxiliares complementan el marco de análisis: el gobierno y los hechos fortuitos o causales.

geográfica, la similitud de las actividades y/o interconexión entre actividades de distintas empresas.

### **¿Por qué formar un cluster?**

La premisa básica para la formación de un cluster es que la localidad donde se encuentren ubicadas las empresas, ofrezcan ventajas para determinado tipo de actividades. El elemento común es la importancia de las interrelaciones de los actores y la proximidad geográfica. El cluster permite organizar, coordinar y canalizar de la mejor manera la presentación de servicios y los instrumentos de apoyo, dado que se dirigen a necesidades colectivas e interdependientes. Por otra parte, amplían la posibilidad de aprovechar las oportunidades que presenta el mercado con base en las ventajas competitivas.

### **¿Cómo se forma un clusters?**

El surgimiento de un cluster se explica por diferentes razones, pero principalmente por las ventajas, tales como clima, los recursos naturales, los yacimientos minerales, las rutas de transporte, entre otros. Para el caso de los cluster turísticos fundamentalmente es por los recursos naturales y por su localización.

Los cluster se aprecian básicamente como procesos de asociatividad y aglomeración económica, basados en la profundización de interrelaciones tecnológicas, innovativas de conocimiento e información entre las empresas y actores que los integran, en un espacio geográfico determinado para fortalecer la capacidad competitiva; existen varios tipos de cluster, de acuerdo al enfoque son de similitud o interdependencia y respecto al concepto son regional, sectorial o cadenas de valor de producción.

### **¿Cuáles son las condiciones para formar un cluster?**

En primer lugar el estudio de factibilidad, debe realizarse a profundidad, considerando el tipo de actividad que se realiza donde se implementará el cluster, conlleva

el análisis de la zona geográfica, los factores de éxito y las ventajas; la resolución de problemas detectados, el análisis de la información referente a los sectores y empresa participantes; la integración del informe y la convocatoria para impulsar la aglomeración.

El cluster inicia cuando los actores se ponen de acuerdo para desarrollar estrategias de calidad, operatividad y mercadeo, ya que agrupa a los proveedores de materiales, componentes, maquinaria e información así como a las instituciones financieras, compañías e industrias relacionadas; incluye también a los fabricantes de productos complementarios, proveedores de infraestructura especializada, gobierno y otras instituciones encargadas de la capacitación especializada, educación, información, investigación y apoyo técnico (Domingo, 2004).

Según Porter (1998), una vez que el proceso se pone en marcha, se produce una reacción en cadena, la cual depende en gran medida de la eficacia y la relación entre las condiciones de demanda de las empresas relacionadas horizontal y verticalmente, así como la estructura y rivalidad de las industrias. Los cluster –aglomeraciones- crecen más rápidamente que las empresas aisladas; esto se debe en gran medida al crecimiento de otras empresas y su competitividad dentro de la misma región y la atracción por la posición dominante del cluster para nuevos aspirantes o emprendedores. Los cluster pueden tardar años en fortalecerse, y se dice que son maduros y diversificados cuando muestran una mayor capacidad de reanimación y recuperación por la atracción de nuevas industrias.

En un estudio sobre el cluster de turismo realizado en Brasil, se señala que los elementos que intervienen para la integración del cluster se clasifican en fases: la primera corresponde al centro del cluster, donde participan como actores los atractivos locales de cada región naturales o artificiales<sup>2</sup>; en la segunda, participan los actores que componen la infraestructura local o que dan un servicio básico<sup>3</sup>; en la tercera interviene los actores sociales ligados directa y permanentemente a la actividad, como la Secretaría de Turismo y los organismos que apoyan la creación de empresas turísticas; la cuarta fase considera los

---

<sup>2</sup> Playas, desiertos, monumentos, iglesias.

<sup>3</sup> Hoteles, posadas, restaurants, bares, medios de transporte, guías turísticos y prestadores de servicios.

mecanismos de apoyo, como las políticas públicas; finalmente se encuentra la fase que contempla las estructuras de acceso en el plano rural y urbano; todos estos elementos conforman un cluster turístico y deben de ser evaluados de manera individual (Barbosa, 2000).

Sin duda, el turismo y la hotelería son dos industrias que van acompañadas, si no hay turismo no se requieren hoteleros, si no hay hoteles, no se desarrolla el sector turístico. De ahí que sea importante estudiar los elementos que intervienen en la formación de un cluster turístico, una de las preguntas de investigación fue: ¿Existen condiciones favorables para la formación un cluster turístico hotelero en Bahía de Banderas?

## **Metodología**

El trabajo se desarrolló en cuatro pasos: 1) la identificación del objeto de estudio; 2) el análisis del referente teórico; 3) la aplicación del instrumento; 4) el análisis de los resultados y la conclusión. El corredor turístico, Riviera Nayarit es un espacio geográfico que comprende desde el margen derecho de la desembocadura del Río Ameca hasta el Puerto de San Blas, con una extensión de 180 kilómetros de litoral y zona de desarrollo turístico de los municipios de Bahía de Banderas, Compostela y San Blas.

Bahía de Banderas es un municipio que se dedica principalmente a la economía de los servicios turísticos; tiene una longitud de costa cercana a los 70 kms; sobre el Océano Pacífico; colinda al norte con el Océano Pacífico y el municipio de Compostela; al este con el municipio de Compostela y el estado de Jalisco; al sur con el estado de Jalisco y el Océano Pacífico; al oeste con el Océano Pacífico. Ocupa el 2.77 % de la superficie del estado de Nayarit, cuenta con 157 localidades y una población de 124,205 habitantes, que representan el 8.73% de la población de estado de Nayarit; 61,206 son mujeres y 62,999 son hombres (INEGI, 2010).

El objeto de estudio fueron las empresas hoteleras de Bahía de Banderas; el estudio se fundamenta en los datos obtenidos de las diversas fuentes bibliográficas y datos del

INEGI, el objetivo de la investigación fue analizar si existen condiciones favorables para la formación de un cluster turístico hotelero en Bahía de Banderas. La variable básica fue la delimitación geográfica, identificada como la proximidad de las empresas hotelera, considerando el tamaño y el personal ocupado, se utilizó el método propuesto por Fregoso (2010)<sup>4</sup>; el método consiste en el calculo de los tres coeficiente: el Coeficiente de Distrito Industrial, Coeficiente de Unidad Económica por labor en el Sector (CULS) y el Coeficiente Unidad Económica por labor en la Industria (CULI).

Donde:

TTS: valor de labor total en el sector. Expresado en número de personas.

TTI: valor de labor total en la industria. Expresado en número de personas.

PTE: valor de la población en edad de trabajo en la región. Expresado en número de personas.

UE: valor de unidad económicas en el sector. Expresado en número de empresas.

UE: valor de unidad económicas en la industria. Expresado en número de empresas.

Cada coeficiente fue calculado para explorar la posibilidad de un cluster. El valor del Coeficiente de Distrito Industrial (C.C), representado en la ecuación no. 1, expresa las siguientes inferencias. Entre más alto sea su valor indica un cluster potencial. Si el valor es  $<1$  (menos que uno) indica que el Distrito Industrial no es relevante para ese sector, porque la mayoría de la población en la edad de trabajo laboral apoya una industria diferente.

---

<sup>4</sup> Método utilizado en su tesis doctoral, menciona que el método propuesto para identificar el mapa del cluster debe cumplir con tres condiciones: Identificar en el clúster la existencia e intensidad de la aglomeración industrial; Identificar un área geográfica relevante con el fin de delimitar el cluster; estar de acuerdo con la definición empírica del concepto de aglomeración.

## Procedimiento

Fórmula del C.C.

C.C: Coeficiente de Cluster

$$\text{Coeficiente del DI} = \frac{\text{TTS/TTI}}{\text{TTI/PTE}} > 1$$

Fórmula del CULS y el CULI

CULS: Coeficiente de unidad económica por labor en el sector

CULI: Coeficiente de unidad económica por labor en la industria

$$CULS \frac{TTS}{UES} > CULI \frac{TTI}{UEI}$$

TTS: Personal ocupado del sector.

TTI: Personal ocupado de la

industria.

PTE: Población en edad del trabajo.

UES: Unidades empresariales del sector.

UEI: Unidades empresariales de la industria.

En donde:

La fórmula relaciona las unidades económicas existentes en el sector, con las unidades existentes en la industria, así como el personal ocupado por las mismas.

Teniendo como Industria de servicios de alojamiento temporal y preparación de bebidas de Nayarit con respecto a México el resultado fue:

(1) Aplicación de la fórmula C.C. *Industria de servicios de alojamiento temporal y preparación de bebidas.*

$$C.C \frac{\frac{TTS}{T}}{PTE} = \frac{\frac{30127}{1743482}}{684927} = \frac{0.0172}{2.5455} = 0.006788 = \text{falso}$$

(2) Aplicación de la fórmula CULS y CULI en Nayarit con respecto a México.

$$\text{CULS} \frac{\text{TTS}}{\text{UES}} > \text{CULI} \frac{\text{TTI}}{\text{UEI}} = \text{CULS} \frac{1743482}{392242} > \text{CULI} \frac{5519}{30127} = 4.449 > 5.458 = \text{falso}$$

Tomando la *Industria de servicios de alojamiento temporal y preparación de bebidas* para el sector fue:

(3) Aplicación de la fórmula C.C en Bahía de Banderas con respecto a Nayarit

$$\text{C. C} \frac{\frac{\text{TTS}}{\text{T}}}{\text{P}} = \frac{\frac{12916}{30127}}{0.3801} = \frac{0.4287}{0.3801} = 1.127 = \text{verdadero}$$

(4) Aplicación de la fórmula CULS Y CULIS en Bahía de Banderas con respecto a Nayarit

$$\text{CULS} \frac{\text{TTS}}{\text{UES}} > \text{CULI} \frac{\text{TTI}}{\text{UEI}} = \text{CULS} \frac{13478}{327781} > \text{CULI} \frac{327781}{684927} = 0.0041 > 0.4778$$

= verdadero

Tomando la *Industria de servicios de alojamiento hoteles moteles y similares* fue:

(5) Aplicación de la fórmula C.C. en Nayarit con respecto a México.

$$\text{C. C} \frac{\frac{\text{TTS}}{\text{T}}}{\text{P}} = \frac{\frac{13330}{319665}}{4.6715} = \frac{0.0416}{4.6715} = 0.0893 = \text{falso}$$

(6) Aplicación de la fórmula CULS y CULI en Nayarit con respecto a México

$$\text{CULS} \frac{\text{TTS}}{\text{UES}} > \text{CULI} \frac{\text{TTI}}{\text{UEI}} = \text{CULS} \frac{319665}{17190} > \text{CULI} \frac{13330}{541} = 18.595 > 24.639 = \text{falso}$$

Tomando como sector hoteles, moteles y similares fue:

(7) Aplicación de la fórmula C.C en Bahía de Banderas con respecto a Nayarit

$$C.C \frac{\frac{TTS}{T}}{P} = \frac{\frac{10066}{13330}}{13330} = \frac{0.7551}{78251.0.1703} = 4.4895 = \text{verdadero}$$

(8) Aplicación de la fórmula CULS Y CULIS en Bahía de Banderas con respecto a Nayarit.

$$CULS \frac{TTS}{UES} > CULI \frac{TTI}{UEI} = CULS \frac{13330}{541} > CULI \frac{10066}{112} = 24.639 > 89.875$$

**= verdadero**

### **A modo de conclusión**

A partir de los resultados de la aplicación de las fórmulas de Coeficiente de Cluster; se concluye que la posibilidad de implementar un cluster a nivel nacional es nula para la Industria Servicios de alojamiento temporal y preparación de bebidas, ya que el resultado fue 0.006788; entre más alto sea su valor indica un cluster potencial. Si el valor es <1 (menos que uno) indica que el Distrito Industrial no es relevante para ese sector.

Sin embargo para el estado de Nayarit, sí representa un gran potencial formar un cluster hotelero en el municipio de Bahía de Banderas. El resultado de la aplicación de la fórmula Coeficiente de Cluster en Bahía de Banderas con respecto a Nayarit fue de 1.127 y la aplicación de la fórmula CULS Y CULIS en Bahía de Banderas con respecto a Nayarit cumple con las condiciones.

## Referencias

- Contreras, G. (2005). Clusters como ventaja competitiva en la industria turística. Tesis Licenciatura. Administración de Hoteles y Restaurantes. Departamento de Administración de Hoteles y Restaurantes, Escuela de Negocios, Universidad de las Américas Puebla.
- Domingo Begazo; J. (2004). La competitividad de los clúster como elemento de desarrollo del país. Revista Gestión tercer milenio. Versión electrónica Disponible en: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v07\\_n13/a07.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v07_n13/a07.htm). consultada el 20 de Julio del 2015.
- Malacara, Castillo A-R; Plascencia Cuevas T.N; Madrigal Herrera P. (2014) Problemática actual de la competitividad de Bahía de Banderas. Asamblea general Alafec. Consultado el día 6 de Julio del 2015. Disponible en: <http://www.alafec.unam.mx/docs/asambleas/xiv/ponencias/1.08.pdf>. Consultada el 15 de junio del 2015.
- Maskell, P. (2001). Growth and the territorial configuration of economic activity. Paper presented to DRUID Conference, Aalborg, June 2001. Disponible en <http://www.business.auc.dk/druid/conferences/nw/conf-papers.html> . Consultada en mayo del 2015.
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. London y Basingstoke: The Macmillan Press.
- Porter, M. E. (1998). Cúmulo y competencia. Nuevos objetivos para empresas, Estados e instituciones. En Porter, M. E. Ser competitivos. Nuevas aportaciones y conclusiones (pp. 203-288). Bilbao: Ediciones Deusto.
- Ramírez C. (2006) Encuesta sobre usuarios de hoteles. Disponible en: <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/647.94-R173d/647.94-R173d-Bga.pdf>. Consultada el día 20 de julio del 2015.
- Sánchez, M; (2008) Determinación del nivel de satisfacción de los clientes del Hotel Bolivia Plaza ciudad Armenia. Tesis profesional, consultada el día 6 de Julio del 2015
- Barbosa, J. (2000). Formación de un cluster entorno al turismo de naturaleza sustentable en Bonito. Instituto de Pesquisa Económica Aplicada (IPEA). Brasilia
- Fregoso, G. (2010). Formación de clusters como estrategia para desarrollar la competitividad del sector de la confección en la zona metropolitana de Guadalajara. Tesis predoctoral.
- INEGI (2010). Sistema automatizado de información censal. Disponible en <http://www.inegi.org.mx>. consultada en mayo del 2015.