



PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ
I ZARZĄDZANIE

ŁÓDŹ · WARSZAWA 2019 | ISSN 2543-8190

XX

TOM

2

ZESZYT

II

CZĘŚĆ

Redakcja naukowa:

Maciej Dębski

Urszula Żuławska

Produkt turystyczny

Innowacje - marketing
- zarządzanie




WYDAWNICTWO
SPOŁECZNEJ AKADEMII NAUK

Zeszyt recenzowany

Redakcja naukowa: Maciej Dębski, Urszula Żuławska

Korekta językowa: Lidia Pernak, Dominika Świech, Witold Kowalczyk

Skład: Witold Kowalczyk

Projekt okładki: Marcin Szadkowski

© Copyright: Społeczna Akademia Nauk



WYDAWNICTWO
SPOŁECZNEJ AKADEMII NAUK

ISSN 2543-8190

Wersja elektroniczna publikacji jest wersją podstawową

Dostępna na stronie: piz.san.edu.pl

Ana María Larrañaga Núñez

Universidad Autónoma de Occidente

ORCID: 0000-0003-2826-5222

Graciela Cruz Jiménez

Universidad Autónoma del Estado de México

ORCID: 0000-000-0608-4682

La política turística facilitadora de la innovación en Mazatlán, Méx. Un acercamiento teórico-metodológico

The Tourism Policy Facilitating Innovation in Mazatlan, Mexico. A Theoretical-methodological Approach

Abstract: This article proposes a theoretical-methodological approach that links tourism policy with institutional innovation in Mazatlan, belonging to the Mexican state of Sinaloa. The specialized literature assumes that the policy encourages the rejuvenation of consolidated sites like this one; In this effort, the State becomes a facilitator that allows actors to take decisions aimed at strengthening competitive advantages based on innovation. This document takes up in theoretical terms the role of tourism policy as an instrument that stimulates innovation, which is linked to the Public Policy Network Approach that supports the methodology that supported the analysis of tourism policy and its influence on innovation in Mazatlan, which as of 2012 was repositioned as a sun and beach destination.

Key-words: Tourism, Politics, innovation, networks

* amlarranaga2607@gmail.com

** gracij@hotmail.com

Introducción

La política turística al entenderse como un proceso social, requiere la participación de los actores como partes interesadas, en la toma de decisiones. El desarrollo de los destinos y los saberes de los gestores públicos y privados orientan el grado de participación del Estado en las actividades turísticas [Vignati 2009, p. 99]. En este escenario el Estado juega el papel de catalizador y estimulador para que las empresas eleven sus aspiraciones a niveles más altos de competitividad al adoptar algunos principios básicos que alienten cambios y estimular la innovación. [Porter 1999, p. 192]. Es por ello que la política se convierte en un instrumento para apoyar o inhibir mediante el turismo, el rejuvenecimiento de los destinos consolidados [Butler 1980, p. 9] como es el caso de Mazatlán, Sinaloa, México.

Velasco [2011, p. 960] señala que la política turística es el conjunto de acciones que impulsan actores públicos, que en ocasiones se da en colaboración con actores no públicos con el propósito de alcanzar objetivos diversos concernientes con la variedad de fenómenos y relaciones que supone el proceso de atracción, estancia o residencia ocasional de ciudadanos en un territorio determinado. En este sentido, Laurence y Dredge [2007, p. 16] citados por Scott [2011, p. 10] mencionan que la política se observa como un proceso social que está influenciado por el contexto institucional, como los factores macroambientales, los actores, las agencias y las redes, los diálogos de políticas y los eventos, así como por el espacio y el tiempo.

Mathison, Gándara, Primera y García [2007, p. 69] señalan que la innovación es “la capacidad para transformar los procesos empresariales y crear organizaciones más competitivas, ágiles y eficaces”. Weiermair [2004, p. 1], puntualiza la importancia de la innovación en el turismo ante la incertidumbre del entorno económico; clientes con más experiencia para la elección de los sitios turísticos, las crisis provocadas por la naturaleza y la competencia, entre otros, lo que conlleva a los actores turísticos de los destinos a tomar decisiones para cambiar y mantener su posición competitiva en el mercado.

Ante esta serie de planteamientos, el presente artículo tiene como propósito explorar en términos teórico-metodológicos a la política turística y su vínculo con la innovación institucional en Mazatlán, en el estado mexicano de Sinaloa. Este documento corresponde a la primera fase del proyecto Determinantes de innovación y política turística en Mazatlán, Sinaloa, México¹. El Enfoque de Redes de Política Públi-

ca (ERPP) es la base metodológica que permitirá entender, en la segunda etapa de este estudio, los elementos en la construcción e implementación de la política turística en ese destino y su relación con la innovación institucional.

El interés por investigar dichas dimensiones en Mazatlán obedece a que durante el periodo 2013-2015 se observó que parte del sector turístico privado, motivado por permanecer en el mercado, implementó estrategias de innovación, a fin de hacer frente a la demanda inestable de visitantes. Paralelamente, la política turística de Sinaloa (2011-2016), incluyó como estrategias la innovación del sector y de la empresa MIPYMES, entre otras.

Por lo anterior, en este artículo se aborda primeramente la política turística desde su conceptualización y como estrategia para acercarse al rol del Estado-gobierno orientado a estimular la innovación; el segundo apartado se refiere a la innovación como ventaja competitiva en la actividad turística; en la tercera, se propone el ERPP como herramienta metodológica al caso de estudio; en la cuarta, se caracteriza a Mazatlán y a su política.

La política turística facilitadora de la innovación

La política turística es el instrumento del Estado-gobierno que estimula la innovación. En este marco los actores del sector se relacionan y toman decisiones para aprovechar los factores externos e internos y posicionar al destino. En la conceptualización de la política turística, Enriquez, Osorio, Castillo y Arellano [2012, p. 418], plantean que los estudios teóricos se han reducido, ya que existe una preferencia por encaminarlos pragmáticamente, de ahí que desde esa perspectiva se le entienda como mero plan o conjunto de acciones programáticas dentro de la planificación del desarrollo sobre aquellos que "...ayuden a un mejor entendimiento de su estructura, explicación y comprensión de las relaciones con las demás actividades sociales y económicas..."

Goeldner y Ritchie [2009, p. 414] conciben a la política de turismo como un conjunto de reglamentos, normas, directrices, orientaciones, así como objetivos y estrategias de desarrollo-promoción que proporcionan un marco en las decisiones colectivas e individuales que afectan directamente el desarrollo del turismo a largo plazo y a las actividades diarias dentro de un destino. Scott [2011], cita a Colebatch [2009], Hall y Jenkins [2004] y Lawrence y Dredge [2007], para reconocer que incorpora ade-

más "acciones, decisiones, políticas, valores y creencias ideológicas; procesos sociales de comunicación, legislación e implementación bajo la coordinación de administraciones públicas" [p. 64].

En estos planteamientos sobre lo que es la política turística y su integración con categorías como directrices, normas y decisión, se observa, que en ausencia o al fallar los procesos sociales de comunicación, se corre el riesgo de la falta de aplicación y de intervención de los actores, ya que mediante su interacción y debate se renuevan las creencias e ideologías y, se toman decisiones como las formas de participación en el destino turístico.

Goeldner y Ritchie [2009, p. 415], precisan la importancia de la política en el turismo y entre otros puntos mencionan la definición de las reglas bajo las cuales los operadores turísticos funcionan; proporciona una orientación común para todos los interesados en el destino; facilita el consenso en torno a estrategias y objetivos específicos; favorece un marco para debates públicos-privados sobre el papel y las contribuciones del sector turístico a la economía, así como a la sociedad y por último, permite al turismo interactuar más eficazmente con otros sectores de la economía.

Los instrumentos de política turística se reflejan principalmente en la planificación estratégica y en la planificación territorial [González y Miralbell 2007, p. 31]. Se destaca la primera, ya que se relaciona con las condiciones de competitividad y comprende la enunciación de un modelo territorial global; la integración selectiva de los esfuerzos públicos; las actuaciones impulsoras que sean tanto modelo como referentes y, lograr un clima participativo interinstitucional. En este sentido, Velasco [2011, 960-961] señala que los instrumentos para la política turística son los organizativos, los programáticos, los normativos, los financieros, los de mejora de conocimiento y los de comunicación.

Por otra parte, Fayos-Solà [2004] al analizar la política turística en la era de la globalización, propone el concepto de Nueva Política Turística (NPT) como "una técnica de gestión del conocimiento para la optimización de un juego estratégico cuyas reglas cambian por el propio desarrollo del juego y múltiples factores exógenos" [p. 225]. Los objetivos de esta NPT [Fayos-Solà 2004, p. 226] son: posicionamiento y dimensión del destino turístico; calidad turística que se comprende como la satisfacción de los actores, con impacto en la sostenibilidad-competitividad; eficiencia turística; optimización de procesos, con impacto en la rentabilidad sostenibilidad; lo dinámico que debe ser la política para adaptarse al desarrollo endógeno de los destinos y elementos exógenos.

En este contexto, Hall y Williams [2008, p. 88] le confieren al Estado un papel pedagógico como actor relevante de la actividad turística, cuya política ejerce una considerable influencia sobre el comportamiento de las empresas y organizaciones, mediante limitaciones o incentivos a la innovación.

La política, al utilizar la planificación estratégica como instrumento, promueve la participación interinstitucional, en tal escenario, el Estado es un actor relevante que proporciona las condiciones suficientes a las empresas y a las organizaciones para que los destinos alcancen ventajas competitivas mediante la innovación.

La innovación, una ventaja competitiva de la actividad turística

La innovación se entiende como una ventaja competitiva de la empresa o sector turístico que es estimulada por la política turística. La innovación en el turismo implica caminar hacia una nueva gestión que coadyuve con la competitividad, eficiencia y eficacia de los recursos; creación de valor, desarrollo de capacidades de los colaboradores, liderazgo y una cultura de innovación que incluye el mercado [Delgado, Vargas, Montes y Rodríguez, 2016, pp. 1091–1094].

La innovación es la conversión de ideas y conocimientos en productos, procesos o servicios mejorados para el mercado, satisfaciendo así las necesidades de los ciudadanos, empresas y administraciones públicas [Corma 2011, p. 1]. La OCDE [2006, p.56] la define como la introducción de un nuevo producto (bien o servicio) mejorado; de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un método organizativo renovado en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores.

La innovación en la actividad turística es una ventaja competitiva de la empresa, del sector y del destino que emerge del tratamiento de la información y del conocimiento de los actores, sean humanos u organizacionales, transformándose en nuevas prácticas en servicios de hospedaje, transporte y alimentación de los visitantes o en la comercialización, nuevos productos, además de nuevas formas de colaboración entre actores.

Hjalager [2010, pp. 2–5] distingue cinco categorías de innovaciones en el turismo: en producto o servicio; en procesos; las gerenciales; las de gestión y las innovaciones institucionales. Por el enfoque de este artículo se enfatiza que las innovaciones insti-

tucionales dan cuenta de una estructura colaborativa-organizacional o a un marco legal que redirige o mejora el negocio del turismo de manera eficiente. Las alianzas y las redes en las pequeñas y medianas empresas cobran sentido para este tipo.

Weiermair [2004, p. 4] menciona que existen tres factores que determinan el nivel y el ritmo de la innovación de forma activa en el turismo, mediante el suministro y determinantes relacionados con la oferta; los impulsores de la demanda y, la competencia. Es en la oferta que, con la disponibilidad de nuevas tecnologías ha llevado al desarrollo de nuevas habilidades, nuevos materiales, nuevos servicios y nuevas formas de organización. Añade que la orientación al cliente juega un papel fundamental en la innovación de servicios. Sin embargo, a veces se presentan obstáculos para innovar, Hjalager [2010, p. 9] señala que estas barreras se presentan con el acercamiento al conocimiento, como por ejemplo patentes, a la difusión de la información y a la imitación.

Por otra parte, Hall y Williams [2008, p. 88] argumentan que el Estado se convierte en un actor relevante cuyas funciones innovadoras en turismo, refieren a estas dimensiones: coordinación, planeación, legislación y regulación, empresarial, estimulación, promoción, turismo social y protección de intereses.

Las actividades de innovación en el turismo adquieren valor para incrementar la competitividad, la eficiencia y eficacia, por lo que se requiere de la gestión pública y privada renovada. La coordinación y estimulación por parte del Estado deben orientar al conocimiento base de la innovación; además, el Estado requiere estimular las redes de turismo como parte de la innovación institucional del sector y Mazatlán no es la excepción.

Redes de política pública. Un acercamiento metodológico en un destino consolidado.

La investigación se apoya en el ERPP que orienta metodológicamente el análisis de la política turística y su influencia en la innovación. Aguilar [2006, p. 103] menciona que este enfoque, se sustenta en la fuerza de los actores sociales para participar en el diseño e implantación de políticas ante la pérdida de poder del actor gobierno, de ahí un acercamiento de colaboración con los grupos sociales, así como al rebasamiento del modelo de organización jerárquico que necesita de estructuras organizacionales horizontales.

Con respecto al concepto de redes de política públicas Rhodes [2008, p. 426] menciona que son un conjunto de vínculos institucionales informales y formales entre actores gubernamentales y otros actores que se estructuran en torno a creencias e intereses compartidos que lleva a una negociación permanente en la formulación y aplicación de políticas públicas. Klijn [1998, p. 28] establece que las características de las redes son la interdependencia entre actores; la diversidad de actores con metas propias y, las relaciones de naturaleza más o menos duradera entre actores. Este autor señala que la dependencia es la base de la red. Asimismo, citando a Scharpf [1978, p. 35], distingue dos tipos de dependencias “la importancia de los recursos y la del recurso”.

El análisis de las redes de políticas debe contemplar elementos descriptivos, teóricos y prescriptivos [Rhodes 2008, pp. 426–430]. Se destacan los teóricos que hacen referencia a la teoría de la dependencia y a la de elección racional. La primera, trata a las redes de políticas como conjuntos de organizaciones dependientes de recursos y para cumplir sus objetivos recurren al intercambio de recursos. La segunda combinan las teorías de la elección racional y el institucionalismo; de esta manera, los vínculos entre los actores de la red sirven como canales de comunicación para el intercambio de información, experiencia, confianza y otros recursos políticos.

En el ERPP en la propuesta de Börzel [1997, p. 4] hay diferenciación en cuanto a método y teoría. Como método, las redes son instrumentos analíticos y se apoyan en los enfoques cuantitativo y cualitativo. Analizar las redes desde el método cuantitativo implica examinar las estructuras sociales; en cambio, el cualitativo encamina hacia los procesos.

La aplicación del ERPP como método en los estudios del turismo se localiza en Vázquez [2014, pp. 157–158], Cruz, Serrano y Vargas [2015, p. 1482] y en De la Rosa, Cruz y Porras [2016, pp. 600–601], ellos integran diferentes características de acuerdo a la naturaleza de la investigación. Por ejemplo, los últimos autores identifican a los actores locales vinculados a procesos decisorios; las relaciones que gestan entre ellos, los recursos que intercambian; las alianzas que forman y el papel que juegan para contribuir al logro de los objetivos del programa y su incidencia en los resultados como parte de la política turística en México adoptada a nivel nacional en Programa Pueblos Mágicos.

Las dimensiones de análisis en esta investigación es la planeación estatal turística, las relaciones que gestan entre actores, los recursos que intercambian, las alianzas que forman, el papel que juegan para contribuir al logro de objetivos y su incidencia

en los resultados como parte de la política turística. Se utiliza el enfoque integrador, recolectando datos de actores claves que intervienen en la toma de decisiones sobre la política turística e innovación de Mazatlán.

La obtención de la información incluye revisión documental de planes de desarrollo estatal, la entrevista semiestructurada y el cuestionario. En términos analíticos, se identifican los vínculos entre los actores del sector, la frecuencia de esas interacciones, los recursos que intercambian, la formación o no de alianzas, entre qué actores se han realizado, el rol que juegan para el cumplimiento de objetivos en torno a la política turística y a la innovación. La sistematización de los resultados empíricos se apoya del software UCINET, a través de este proceso se posibilita visualizar la naturaleza de la red para entender la actuación del Estado en la coordinación y estímulo de las estructuras privadas y sociales que facilitan la innovación institucional.

Por lo anterior se presenta el contexto de Mazatlán y la política que rige actividad turística.

Contexto de Mazatlán, Sin. y la política turística

El destino Mazatlán corresponde a la cabecera del municipio del mismo nombre. Se encuentra ubicado en la parte sur del estado de Sinaloa, al noroeste de la República Mexicana, a 21 kilómetros del Trópico de Cáncer. Actualmente es uno de los destinos turísticos más importantes en México en el segmento de sol y playa y en él se tienen, entre otros atractivos las playas a las que se suma el clima tropical que permiten desde el baño veraniego, el surf, los deportes náuticos, la pesca y otras actividades, además se promueven las actividades culturales en el centro histórico de la ciudad, atractivo adicional para los turistas que buscan una combinación de productos de sol, playa y cultura [SECTUR, 2015a, p. 29].

El crecimiento y desarrollo de los destinos turísticos de sol y playa consolidados en México, se dieron a la luz de políticas verticales, de la mano con el paternalismo del estado. Aunado a lo anterior, los destinos tradicionales han lidiado con políticas turísticas que impactaron su demanda, en el caso de Mazatlán, un ejemplo fue la creación de los Centros Integralmente Planeados (CIP) que representó una desventaja competitiva por su cercanía al CIP Los Cabos, B.C.S. [Santamaría y Barbosa 2008, s/p]. Lo que generó una baja participación en el mercado turístico.

La política turística se establece en los planes de desarrollo estatales. En 2013 se actualizó el plan del 2011–2016 [GES 2013, pp. 213–217] para alinearlo con la política nacional, de esta manera se integra la estrategia de innovación y la acción es contar con un sector innovador generador de tecnologías de servicios y con sistemas de certificación del empleo turístico a nivel internacional, así como la Modernización e innovación MIPYMES turísticas competitivas. Otra estrategia es impulsar la política turística de largo plazo con la acción de crear condiciones legales e institucionales que permita la transparencia y rendición de cuentas y que los conflictos entre los actores del turismo se resuelvan sin afectar la imagen turística de Mazatlán. Se destaca que entre las metas se señaló crear el Gabinete Turístico en el primer año de Gobierno que le de transversalidad en la aplicación de políticas públicas y en la aplicación de recursos que requiere la actividad.

El actual plan 2017–2021 [GES 2017, p. 35], en el diagnóstico menciona que ante la falta de una variedad de oferta por parte de los prestadores de servicios turísticos, es necesario un trabajo coordinado de los actores para la planeación y desarrollo de “una oferta novedosa para renovar y diversificar los destinos turísticos de la entidad, con el propósito de lograr más capacidad competitiva”. Entre otras estrategias menciona la de realizar acciones para mejorar la competitividad de los destinos turísticos en el estado y destaca la línea de acción promover el desarrollo de nuevos productos turísticos y la diversificación de actividades en los destinos. Además contiene la estrategia de conducir el acuerdo para una nueva gobernanza en el turismo y con ello liderar los acuerdos para la integración y funcionamiento del Gabinete Turístico Estatal.

En este contexto, se observa un reposicionamiento de Mazatlán al incrementar la afluencia de visitantes de 23.8% y una ocupación de 6.8% en el periodo de 2013 a 2015 [SECTUR, 2015b, p. 4].

Conclusiones

El crecimiento y la dependencia de la actividad turística en algunos destinos, sumado a la debilidad del estado para continuar ejerciendo el poder desde estructuras jerárquicas, encauzan hacia otras formas de decisión, entre ellas las inclusivas con propósitos de orientar las estrategias en la materia.

Por lo anterior, las estructuras privadas, sociales y públicas en colaboración asumen la toma de decisiones como prácticas innovadoras institucionales en los de-

stinos turísticos que les permiten aprovechar el potencial de los recursos del sitio, pero también de sus propios recursos Scharpf [1978] citado por Klijn [1998] y con ello mantener su permanencia en la actividad y lograr su eficacia.

A partir de 2012, se observa un aumento continuo de visitantes al destino; además se manifiestan estrategias para incrementar y desarrollar la actividad de manera competitiva, tanto por parte del gobierno del estado, como de los actores privados, de instituciones educativas y de otras organizaciones. Estos esfuerzos se han concretado en nuevos productos turísticos destacando el gastronómico; otro, es la capacidad de autocrítica del sector en la forma de hacer y de ser del turismo, fundamentada en la evaluación periódica de la actividad y que genera propuestas de mejora. Además, se distingue una interacción cercana entre los diferentes actores, así como prácticas de integración de conocimiento en la actividad, sobre todo en la hotelería.

Al continuar con esta serie de acciones y con una política turística que en su conjunto estimulan competitivamente a los actores, son menores los riesgos para las innovaciones institucionales mediante prácticas en red o alianzas, que alienten la toma de decisiones en forma colaborativa, orientadas a la política turística.

Sin embargo, en un destino turístico consolidado que está recuperando su demanda (como Mazatlán), es necesario advertir que son latentes los riesgos de estas innovaciones ante una serie de factores de la política, como la fuerza que ha perdido el Estado en el ámbito político-económico, dando paso a las empresas transnacionales que han tomado el control de la regulación económica. Con sus propias políticas, algunas organizaciones no interactúan con el resto de actores del destino, como las cadenas hoteleras y restauranteras de Mazatlán que están retornando, tal es el caso del Holiday Inn o los ya asentados como el Riu. Estos aspectos críticos, corresponden a la forma en que se presenta la NPT o Era de la Globalización de acuerdo con Enríquez et al. [2012, p. 423].

Otro punto que coloca en riesgo la innovación institucional refiere a la falta de colaboración entre los niveles de gobierno. Ejemplo de ello es la falta de seguimiento a estrategias colaborativas como la Agenda de Competitividad Turística de Mazatlán, ya que en el Plan Estatal de Desarrollo 2017–2021, en ninguna de sus acciones se aborda el seguimiento a las Agendas, a pesar de que el gobierno federal, el estatal, las universidades y los prestadores de servicios participaron y dejaron en claro proyectos que conducirían el rumbo competitivo del destino.

En este devenir, resalta la oportunidad de contribuir al estudio de la política turística como estimuladora de la innovación, a partir del análisis de Mazatlán mediante

el enfoque de redes de políticas públicas que abre las posibilidades a un acercamiento más apegado a la realidad respecto a la existencia o carencia de innovaciones institucionales como ventajas competitivas en el sector turístico.

Por ende, también apoya para identificar el grado de coordinación y estímulo entre los diferentes actores que toman parte de la red que se integra alrededor de dicha política, así como su intervención como interesados en la planeación, además de su compromiso en la toma de decisiones que orienten el rumbo del destino Mazatlán.

Referencias

Aguilar L.F. (2006), *Gobernanza y gestión pública*, Mexico: Fondo de Cultura Económica.

Börzel T. (1997), *What's So Special About Policy Networks? An Exploration of the Concept and Its Usefulness in Studying European Governance*, "European Integration online Papers (EIoP)", 1(016). Disponible en <http://eiop.or.at/eiop/texte/1997-016a.htm>, Consultado: 25.02.2017.

Butler R.W. (1980), *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*, "Canadian Geographer", XXXIV (1). Disponible en DOI: 10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x, Consultado: 29.03.2013.

Corma, F. (2011), *Innovación, innovadores y empresa innovadora*, España, Editorial Díaz de Santos.

Cruz G., Serrano R.C., Vargas E. (2015), *Política turística y gobernanza en dos gobiernos locales. Un acercamiento teórico metodológico*, "Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural", 13 (6). Special Issue. Disponible en <https://www.researchgate.net/publication/301219785>.

De la Rosa B., Cruz G., Porras F. (2016), *Redes de políticas, élites y gobernanza. Marco teórico para el estudio de un caso turístico*, "Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural", Vol. 14 (3) Special Issue. Disponible en <https://www.researchgate.net/publication/304380755>, Consultado: 29.01.2017.

Delgado A., Vargas E., Montes J.M., Rodríguez F. (2016), *Innovation in tourism companies, where are they and where are they going? An approach to the state of knowledge*, "Intangible Capital", 12 (4). Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54947443008>, Consultado: 18.02.2017.

Enríquez M.A., Osorio M., Castillo N., Arellano A. (2012), *Hacia una caracterización de la Política Turística*, "Revista de turismo y patrimonio cultural Pasos", 10(3). Disponible en http://www.pasosonline.org/Publicados/10312/PS0312_16.pdf, Consultado: 18.01.2017.

Fayos-Solà E. (2004), *Política Turística en la era de la globalización* [en:] J. Aurióles, *Las Nuevas formas de turismo*, Mediterráneo Económico, Colección de estudios socioeconómicos, (5).

- Gobierno del Estado de Sinaloa (2013)**, *Plan Estatal de Desarrollo 2011–2016*.
- Gobierno del Estado de Sinaloa (2017)**, *Plan Estatal de Desarrollo 2017–2021*.
- Goeldner Ch., Ritchie J.R. (2009)**, *Tourism: Principles, practices, philosophies*, Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- González F., Miralbell O. (2007)**, *Guía de gestión pública del turismo*, Barcelona: Editorial UOC.
- Hall C., Williams A. (2008)**, *Tourism and Innovation*, E.E.UU: Editorial Routledge.
- Hjalager A. (2010)**, *A review of innovation research in tourism*, "Tourism Management", 31. Disponible en doi:10.1016/j.tourman.2009.08.012, Consultado: 15.10.2014.
- Klijn E.H. (1998)**, *Redes de políticas públicas: una visión general. Policy Networks: An Overview*. Disponible en www.sagepub.co.uk, Consultado: 15.02.2017.
- Mathison L., Gándara J., Primera C., García L. (2007)**, *Innovación: Factor Clave para Lograr Ventajas Competitivas*, "Revista NEGOTIUM / Ciencias Gerenciales", 3(7). Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78230705>, Consultado: 15.02.2017.
- OCDE (2005)**, *Manual de Oslo*, España: Grupo Tragsa.
- Porter M. (1999)**, *Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones*, España: Ediciones Deusto.
- Rhodes R.A.W. (2008)**, *Policy Network Analysis* [en:] M. Moran, M. Rein, R. Godin (Eds.), *The Oxford Handbook of Public Policy*, Great Britain: Oxford University Press.
- Santamaría A., Barbosa A. (2008)**, *Ciclo turístico en Mazatlán. Fase de exploración-involucramiento desarrollo (1970–1974). Estancamiento o crisis sistémica (1992–2004)*, "Topofilia Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales", Centro de Estudios de América del Norte 1 (1), S/No.pág. Disponible en <http://148.228.173.140/topofiliaNew/vol1-nun1-abr-2008.html>, Consultado: 10.02.2014.
- Scott N. (2011)**, *Tourism Policy: A Strategic Review. Contemporary Tourism Reviews*. Disponible en http://www.goodfellowpublishers.com/free_files/fileTourismPolicy.pdf, Consultado 15.01.2017.
- SECTUR (2015a)**, *Agenda de competitividad de Mazatlán*.
- SECTUR (2015b)**, *Compendio estadístico del turismo en México 2015*.

Vázquez C. (2014), *Gobernanza y redes de política pública: un estudio de la vinculación entre gobierno, actores público-sociales y privados en un área local turística*. Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública. III(1). Disponible en <http://www.remap.ugto.mx/index.php/remap/article/viewFile/73/67>, Consultado: 15.02.2017.

Velasco M. (2011), *La política turística. Una arena de acción autónoma*, "Cuadernos de Turismo", No. 27. Disponible en <http://revistas.um.es/turismo/article/view/140301/126541>, Consultado: 18.02.2017.

Vignati F. (2009), *Gestión de destinos turísticos, como atraer personas a polos, ciudades y países*, México: Editorial Trillas.

Weiermair K. (2004), *Product improvement or innovation: what is the key to success in tourism?*, "En OECD innovation and growth in tourism: Conference Papers", Disponible en <http://www.oecd.org/cfe/tourism/34267947.pdf>, Consultado: 15.10.2016.