

## **RECONFIGURACIÓN TERRITORIAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE UN DESTINO TURÍSTICO, EL CASO DE MAZATLÁN, SINALOA, MÉXICO**

Ponente 1: Miriam Nava Zazueta

Correo electrónico: [mir\\_nava@hotmail.com](mailto:mir_nava@hotmail.com).

Institución de procedencia: Facultad de Estudios Internacionales y Políticas Públicas,  
Universidad Autónoma de Sinaloa

Ponente 2: Alejandro Mercado Celis

Correo electrónico: [alejandromer@gmail.com](mailto:alejandromer@gmail.com)

Institución de procedencia: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa

### **Introducción**

La alta dependencia económica de Mazatlán respecto a la industria turística conecta su desarrollo socioeconómico a la competitividad del destino en los mercados y su capacidad para incrementar los ingresos turísticos. A pesar de ello, como destino turístico maduro de sol y playa, en la última década los resultados han sido poco favorables y no lograron dinamizar la economía local. Sin embargo, este desempeño es diferenciado en el clúster y nuevos espacios se han incorporado a la oferta turística, como el área del Casco Antiguo de Mazatlán, lo cual genera no sólo cambios en el destino como producto turístico, también incide en la reconfiguración urbana del lugar y se convierte en un punto en el que convergen la ciudad como espacio de vida y la experiencia que el turista consume *in situ*.

El objetivo central del documento es analizar la dinámica relacional que permitió la reconversión del Centro Histórico, su incorporación a la oferta turística, y cómo ésta ha contribuido a incrementar el capital territorial de Mazatlán como producto turístico. La investigación se apoya en datos estadísticos para ubicar la posición competitiva del destino, y en una encuesta aplicada a los actores territoriales del destino, misma que permite graficar y analizar la dinámica relacional del lugar, así como su capital social e institucional, que constituyen en insumo básico de Mazatlán como producto turístico.

### **Aproximación teórica y problematización**

Los estudios contemporáneos del desarrollo regional han identificado que el desempeño económico de los lugares depende del actuar de las firmas y del contexto socio-institucional en que se ubican. Este hecho no se circunscribe a una industria específica, sino a los lugares mejor posicionados en los mercados. La premisa parte de los estudios científicos de la década de 1980 cuando surgió un renovado interés por el territorio y la geografía en los procesos socioeconómicos, originándose teorías que intentan explicar las causas y condicionantes del desempeño económico (Granovetter, 1985; Storper y Walker, 1989; Porter, 1998; Benko y Lipietz, 1994; Amin, 2001; Boisier, 1999; Storper, 1998; Pyke et al, 2006; Storper y Rodríguez-Pose, 2006).

Esta tesis teórica trasciende la visión tradicional del territorio – del lugar -- como espacio geográfico de puntos y coordenadas para conceptualizarlo como una construcción colectiva del entramado de relaciones sociales, económicas e institucionales que en él cobran vida e inciden en el desempeño económico (Perroux, 1950; Lewis, 1994; Caravaca, 1998; Méndez, 2003; 2006; 2007; Piñeres, 2004; Scott, 2006), por ello, los nuevos enfoques del desarrollo regional conciben al territorio como un sujeto activo más que un objeto inerte, es una entidad dinámica con actores que piensan y pueden actuar en su nombre, de ahí que incidan en su desempeño económico (Granovetter, 1985; Goux-Baudiment, 2001; Amin, 2001; Zimmerman, 2001; Albertos, *et al.*, 2004).

En un conglomerado económico, la proximidad espacial de las firmas genera beneficios y propicia un efecto secundario que se instituye como elemento explicativo en el desempeño económico, las interdependencias no comerciales que les permiten hacen

frente a los retos que imponen los mercados y se instituyen con el pegamento que mantiene unida a la aglomeración (Storper *et al.*, 2006; Mercado, 2006). Cuando éstas trascienden el ámbito de las firmas y se trasladan al territorio gestan una proximidad relacional que puede mejorar el desempeño económico de las empresas y del territorio renovándose su capacidad competitiva (Méndez, 2002; Albertos, *et al.*, 2004; Luna, *et al.*, 2005; Caravaca *et al.*, 2009), ya que pueden propiciar una forma de gobernanza regional que impulse los intereses no sólo de las firmas, sino del territorio, promoviéndose pactos funcionales de cooperación que respondan a una estrategia competitiva del lugar, coadyuvando así a la eficiencia colectiva (Schmitz, 1995; Schmitz y Nadvi, 1999).

Aunado a ello, la proyección desigual de la globalización en el orbe incita a una reinterpretación del papel de los lugares que los obliga a emerger y mantenerse en los mercados para generar ventajas competitivas tal y como lo hacen las empresas (Harvey, 2007; Camagni, 2008); es por ello que el análisis del desarrollo regional cada vez más se circunscribe en la escala local, en el ámbito en que cobran vida las relaciones socio-territoriales y que pueden activar procesos de desarrollo a largo plazo para lo cual muestra al exterior las ventajas competitivas que la posicionan en una condición preferente respecto a las demás (Harvey, 2007).

El turismo no escapa a esta noción, al ser una industria anclada geográficamente el territorio como construcción social (Park, 1999) es insumo básico del producto turístico e incide en su competitividad en los mercados. En este contexto, los estudios de Hjalager (2000; 2002; 2010); Sorensen, (2004; 2007); Nordin *et al.*, (2005); Prats, (2006); Novelli *et al.*, (2006); Vaz, (2007); Prats *et al.*, (2008), Scott *et al.*, (2008); Merinero, (2009; 2010); identificaron que los cambios más importantes en los destinos turismo se enfocan en la experiencia que el lugar es capaz de hacer sentir al visitante, que el *habitar*

temporalmente en ese lugar lo traslade a un imaginario distinto a su vida cotidiana. Para lograrlo, la gobernanza regional/local es fundamental, pues la concatenación de objetivos y la acción colectiva planeada, genera capital relacional que mejora la creación de producto turístico. Permite que se eslabonen acciones para mejorar la experiencia del visitante. Por ello, las interdependencias de los actores son cruciales, pues éstos hacen al territorio como espacio de interacciones y como producto turístico que el cliente consume *in situ* (Nava, 2011), pero también como lugar de vida de los individuos que alberga y cuyas relaciones sociales se plasman en el espacio convirtiéndose en parte esencial del atractivo turístico de *experimentar al lugar, vivir al destino turístico*.

En este contexto, los destinos han incorporado a su oferta turística nuevos espacios de la localidad para que así el visitante consuma al lugar *in situ*, siendo el destino en sí mismo el producto que el cliente adquiere, es decir, compra la experiencia de habitar el lugar (Sorensen, 2007; Nava, 2011). Aunado a ello, la competencia internacional también ha marcado nuevas pautas para ser competitivo en la industria, pues hoy cualquier lugar en el planeta puede ser un lugar turístico y un potencial competidor en un mercado altamente volátil. Estos cambios propician que los destinos turísticos se vean en la necesidad de responder a las exigencias del mercado y hacer de su producto algo *único*, por ello, lugares turísticos en el orbe han modificado la conceptualización del producto turístico de ser aquel brindado sólo por las empresas ligadas al sector y han incorporado la discusión de que el producto es el habitar el lugar (Novelli et al, 2006; Sorensen, 2004; 2007; Novelli, *et al.*, 2006; Hjalager, 2010). De ahí la incorporación de espacios íconos de los lugares a la oferta turística local.

Tenemos entonces que, más allá de la dotación de recursos turísticos, naturales o contruidos por el hombre, los espacios como lugar de vida emergen como el principal

capital turístico de un destino, este capital es generado de manera no intencionada por el hombre, emana de sus actos y forma parte de la vida social, dotándose así a estos lugares de una personalidad propia (Molotch *et al.*, 2000) que muestra la interacción del individuo con el espacio. Estos son los nuevos atractivos turísticos, la incorporación de la cultura, de lo inmaterial, al ámbito de la industria (Sorensen, 2004; 2007; Vaz, 2007). No obstante, y a pesar de que el espacio se construye a través de la vida social (Goux-Boudiment, 2001; Caravaca, *et al.*, 2005; Albuquerque, 2008), es la dinámica económica la que en última instancia determina las diversas apropiaciones que el hombre hace del espacio en el transcurso de su vida urbana (Alvarado, 2007), pero la forma en que responden los actores territoriales a los retos económicos y sociales puede incidir en la dirección que toma la urbanización y la actividad económica (Molotch, *et al.*, 2000).

En el clúster turístico de Mazatlán, la reciente incorporación del Centro Histórico a la oferta local obedece a esta dinámica económica, pero el impulso inicial de su recuperación provino de intelectuales de la localidad y habitantes de la zona que gestionaron para la restauración del Casco Antiguo de la ciudad como respuesta a la intención explícita de la administración municipal de demolerlo para optimizar el uso del suelo y darle plusvalía a la zona, dejándose de lado su valor patrimonial y cultural (Alvarado, 2005). Durante la década de 1970, la capacidad de respuesta social en pro del Centro Histórico buscó rescatarlo como patrimonio de la localidad y mejorarlo como espacio de vida de sus habitantes cotidianos y no con la meta de incorporarlo a la oferta turística; su recuperación obedecía a una actitud de redimensionar social y económicamente la infraestructura urbana del área que se había empobrecido y deteriorado al cambiar el espacio turístico del área céntrica tradicional, - circundando al eje comercial Benito Juárez, hoy el área de la Plazuela Machado -, al sector de la zona

dorada y el paseo del mar, especialmente entre la playa norte y punta Valentino's (Santamaria, 2005<sup>a</sup>; 2007).

### **Metodología**

Al considerar al destino como producto turístico que vende, la experiencia de consumir al lugar *in situ* representa el bien de consumo que se mercantiliza (Nava, 2011), por ello las dinámicas de cooperación en la localidad son fundamentales e inciden directamente en la experiencia que el cliente vive en el destino. Bajo esta premisa, las interacciones locales de un lugar adquieren la connotación de un tipo de capital que sumando a los recursos económicos, institucionales y culturales, puede ser explotado y constituye parte de su potencial de desarrollo y, por lo mismo, puede generar procesos de acumulación de capital en las ciudades (Vázquez-Barquero, 1999). Este capital social – relacional, de carácter inmaterial sólo es apropiable por los miembros de la comunidad en que se produce e incide en la dinámica económica pues regula la interacción de los actores con fines lucrativos.

Para identificar las formas de cooperación que incentivaron y lograron la recuperación del Centro Histórico como patrimonio local y entender la dinámica relacional actual de esta área, así como su capacidad de respuesta, recurrimos a fuentes bibliográficas que nos permitieron vislumbrar los retos que enfrentaba la zona y las respuestas emanadas del grupo de ciudadanos que incidieron en la política urbana al frenar la demolición de la zona. Asimismo, se realizaron cuatro entrevistas semiestructuradas a miembros activos en la defensa del Casco Antiguo de la ciudad, lo cual nos permitió reconstruir las pautas de conducta de los actores ligados a esta zona y

que propició una personalidad propia al Centro Histórico, diferente de la dinámica del clúster y de la comunidad en general.

Por último, a partir de la encuesta sobre dinámica relacional a actores territoriales en el clúster de Mazatlán (2010)<sup>1</sup> se identificó la proximidad relacional del clúster turístico de Mazatlán y, de manera indirecta, la dinámica actual que subyace en la incorporación del Centro Histórico a la oferta turística del destino.

## **Resultados**

### *Cooperación social en el rescate del Centro Histórico*

Mazatlán, como lugar turístico, nace enfocado al mercado de sol y playa. En 1923 con la inauguración del Hotel Belmar, y en 1950 con apertura del Hotel Freeman, inicia la industria que se convirtió en el eje motriz de la economía de Mazatlán a finales del siglo XX (Román, 2006; Ibarra, 1995). En sus orígenes, el espacio turístico se circunscribía a la zona de Olas Altas y sus alrededores, pues ahí se ubicaba la zona hotelera y el principal circuito comercial, además de que también esa área era la cuna del carnaval local.

Sin embargo, en la década de 1940, al decaer la actividad comercial del Puerto, el complejo arquitectónico que conforma al Centro Histórico empezó a ser abandonado por las casas comerciales e inclusive algunas instituciones oficiales, al grado de que empezó a convertirse, lentamente, en un espacio de edificios vacíos (Alvarado, 2005). Aunado a ello, a partir de 1960, cuando se erigió en la zona dorada el Hotel Playa Mazatlán y se inició una lenta transición del polo turístico del Casco Antiguo de la ciudad a la hoy zona dorada, los espacios que dieron origen a la industria quedaron desarticulados de la oferta

---

<sup>1</sup> La encuesta se aplicó a 27 actores territoriales del clúster, se aplicó en mayo de 2010 y forma parte de la base de datos de la investigación: Nava, M. (2011). Innovación en el territorio y capacidad turística competitiva de Mazatlán. Universidad Autónoma de Sinaloa.

turística por casi 4 décadas, con el consecuente deterioro urbano de las fincas abandonadas. A pesar de su valor patrimonial, lentamente *El centro* de la ciudad perdió su categoría de punto nodal turístico en Mazatlán y también como punto de reunión de los habitantes oriundos de la localidad. Así, una de las principales zonas del Puerto fue quedándose en el olvido turístico y de la urbanización, deteriorándose hasta el punto de considerar la alternativa de demolerlo para optimizar el uso del suelo y darle plusvalía a la zona, sin tomar en cuenta su valor patrimonial y cultural (Alvarado, 2005; 2010).

En 1972, los agremiados de la Cámara Nacional de Comercio, liderada por José María Hernández, gestionaron en las instancias municipales la restauración del Teatro Ángela Peralta con la meta de diversificar la oferta turística y dotar a la sociedad mazatleca de un espacio cultural, pero no existió un plan de restauración definido. En 1974 se constituyó el Patronato Pro Restauración del Teatro Ángela Peralta y con ello nace la dinámica social que pugna por la restauración y preservación de los edificios decimonónicos del Centro Histórico de la ciudad, manifestación del antiguo esplendor mazatleco. La dinámica relacional del patronato fue tan efectiva que invitó a artistas nacionales y extranjeros para que apoyasen la reconstrucción del Teatro y gestionó ante las autoridades la adquisición del inmueble, propiedad de un español, como patrimonio del municipio, pero los esfuerzos resultaron inútiles. Si bien el esfuerzo no concretó la adquisición del inmueble, sí logró concientizar a un grupo de ciudadanos que la recuperación del Casto Antiguo era central para la sociedad mazatleca. En 1980 se adhirieron a la causa prominentes vecinos del Centro Histórico, entre ellos Antonio Hass, Juan José León Loya, la familia Gómez Rubio, quienes pugnaron y gestionaron incansablemente por la restauración de la zona (Santamaria, 2005<sup>a</sup>; 2010).



La década de 1980 representó el esplendor de un movimiento ciudadano que se negaba a dejar morir la cultura, la arquitectura y la historia del Centro Histórico. En 1987 el presidente municipal José Ángel Pescador, -- que apoyaba la restauración del área por considerarla crucial en la historia del noroeste mexicano --, en su Primer Informe de Gobierno dio a conocer el Programa de Rescate, Revitalización y Conservación del Patrimonio Nacional del Centro Histórico de Mazatlán; en él se indicaban tres ejes que pretendían la recuperación del casco antiguo de la ciudad como un polo de desarrollo económico de la localidad más que como un centro cultural para la sociedad mazatleca. El objetivo era incorporar al Centro Histórico a la dinámica económica de la localidad y, a su vez, regresarle su antiguo esplendor para venderlo turísticamente (Santamaria, 2010). En otras palabras, poner de nueva cuenta al Centro Histórico en el escenario local para vender su historia al turista. Las inversiones empezaron a fluir así como las inconformidades; los hoteleros se pronunciaban en contra de la recuperación del área pues consideraban que sería una competencia más que un complemento al producto turístico de sol y playa. Aun así, la autoridad municipal mantuvo las inversiones y expresaba “Mazatlán es algo más que turismo”. El sexenio de Francisco Labastida Ochoa concretó el trabajo de los vecinos del Centro Histórico y del gobierno municipal al lograr que el gobierno federal destinara 1400 millones de pesos al rescate del Teatro. El Patronato, conformado por vecinos de la zona, intelectuales y académicos, aportó trabajo y dinero a la restauración (Santamaria, 2007). El Teatro Ángela Peralta dio su primera función el 5 de diciembre de 1987, aun en proceso de restauración y como símbolo del esfuerzo de la sociedad mazatleca que gestionó por su renacimiento. El 9 de diciembre de 1990 por decreto presidencial fue declarado Monumento Histórico y Patrimonio de la Nación. El 23 de octubre de 1992 fue reinaugurado en todo su esplendor, por el

presidente Carlos Salinas de Gortari. De esta manera, se concretó el objetivo que desde 1970 se propuso el grupo de vecinos, académicos, intelectuales y en general de la sociedad mazatleca, que pugnó por su restauración.

*Dinámicas de interacción en el clúster: proximidad relacional y revaloración del capital territorial*

A partir de la premisa de que los productos no son indivisibles de la sociedad que los origina (Granovetter, Amin, 2001) y que en los destinos turísticos ésta cobra especial relevancia pues el lugar en sí mismo es el producto que se adquiere, su dinámica relacional adquiere la connotación de un activo que incide en el desempeño económico del destino ya que impacta, directa o indirectamente, en su calidad.

La dinámica relacional global en el clúster de Mazatlán está integrada por 27 actores cuya interconexión produce 340 vínculos, equivalentes a 48.4% la totalidad de nexos posibles en una dinámica con este número de actores. Si bien el porcentaje es alto al tomar como referencia otros estudios turísticos con la metodología de redes (Prats, 2006; Scott *et al.*, 2008; Prats *et al.*, 2008; Merinero *et al.*, 2009; 2010; 2011), este porcentaje se contrae al compactarse la temporalidad de comunicación, es decir, la frecuencia con que los actores se vinculan entre sí y que además nos permite identificar la proximidad o distancia relacional en el destino turístico. La escala de temporalidad indica que de los 340 vínculos, 224 se realizan en un período de seis meses a un año, contrayéndose la cohesión de 48.4 a 16.6%, lo que revela que en Mazatlán como destino turístico existe una enorme distancia relacional. De igual manera, indica que la dinámica de interacciones que caracteriza al clúster turístico carece del dinamismo que mueve al

Centro Histórico y lo ha posicionado, en poco más de una década, como punto neurálgico de la actividad turística en el destino.

En contraparte, al analizar la participación de algunos de los actores vitales en la dinámica del Centro Histórico y que también forman parte de dinámica en general del clúster como destino turístico, encontramos que éstos tienen participación en todas las frecuencias de comunicación y que su principal dinamismo se registra en la temporalidad de comunicación de entre una semana y un mes, constituyéndose como unos de los actores mejor posicionados en proximidad relacional del clúster, éstos son en primer término el Proyecto Centro Histórico A., C y la posteriormente Empresa Cultural Recrea<sup>2</sup>, ésta última sin vínculos en la temporalidad de comunicación diaria, hecho que se debe a la naturaleza del motivo que aglutina a los actores en esta temporalidad de comunicación: la gestión de recursos para marketing turístico.

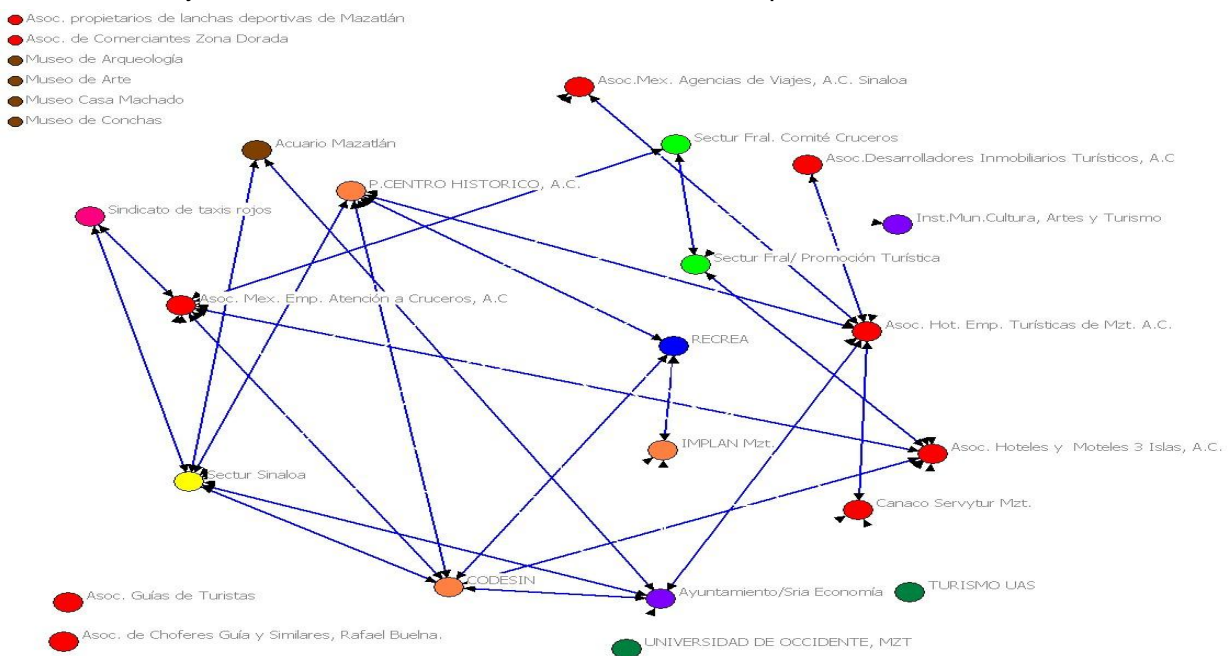
Otro elemento medular en el análisis de la dinámica relacional de los actores ligados al Centro Histórico tiene que ver con la credibilidad y grado de confianza que sus contrapartes tienen respecto a la información que comparten. De las modalidades en grado de utilidad (y generación de confianza) de la información que éstos actores emiten, si bien no son quienes tienen la mayor proporción de flujos de información, todos aquéllos que realizan son ubicados como “siempre útiles” o “casi siempre”, lo cual dota a estos dos actores de un alto nivel de credibilidad y confianza tanto en el clúster turístico como en la

---

<sup>22</sup> Es importante hacer notar que a partir de febrero de 2012 la Empresa Cultural Recrea dejó de operar en Mazatlán, esto obedece a circunstancias externas al clúster, aunque no se puede obviar que durante los nueve años que este promotor social estuvo al servicio de la comunidad mazatleca, muchas de los obstáculos a su trabajo provenían de la propia apatía o indiferencia de algunos círculos sociales, la lucha incansable frente a la autoridad municipal, y la poca relevancia y reconocimiento que la Secretaría de Turismo de Sinaloa otorgó al trabajo que Recrea hizo por la revitalización del Casco Antiguo de la Ciudad.

dinámica relacional del Casco Antiguo de la Ciudad. Inclusive, al graficar los procesos de aprendizaje con información siempre útiles, es decir, vínculos con procesos de retroalimentación y generadores de confianza (véase imagen 1), y se cruza el dato con los indicadores de proximidad relacional por temporalidad de comunicación encontramos que los actores con quienes Recrea mantiene vínculos en esta temporalidad, indicaron que la información que fluye entre ellos siempre es útil, y propicia aprendizajes, mejorándose así Mazatlán como producto turístico.

### Flujo de retroalimentación con información siempre útil en el clúster



Fuente: Nava (2011:193)

## **Bibliografía**

- Alburquerque, F. (2006). *“Clusters, Territorio y Desarrollo Empresarial: diferentes modelos de organización productiva”*. Cuarto Taller de la Red de Proyectos de Integración Productiva. Fondo Multilateral de Inversiones. BID 10-12 julio. Costa Rica.
- (2008). “Innovación, transferencia de conocimientos y desarrollo económico territorial: Una política pendiente”. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*. CLXXXIV. No. 732. Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid. Jul-ago. (687-700).
- Alvarado, L. (2005). El viejo Mazatlán, donde todo comienza. Identidad, representaciones e historia. Tesis inédita de Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad Autónoma de Sinaloa.
- (2007). “El Centro Histórico de Mazatlán: muchos espacios, muchos tiempos”. En Lizárraga, A. ***Nací de aquí muy lejos. Actores locales y turistas en el centro histórico***. México. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Amin, A. (2001). “Moving on: institutionalism in economic geography”. *Environmental and Planning*. Vol.33. (1237-1241).
- Benko G. y Lipietz A (1994). *Las regiones que ganan: Distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica*. Valencia, Alfonso el Magnánimo, España.
- Caravaca, I. (1998). “Los nuevos espacios emergentes”. *Estudios Regionales*. 50. (39-80).
- Caravaca, I. y González, G. (2009). “Las redes de colaboración como base del desarrollo territorial”. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Vol. XIII. No.289. Universidad de Barcelona.
- Caravaca, I., González, G., y Silva, R. (2005). “Innovación, redes, recursos patrimoniales y desarrollo territorial”. *Eure*. Vol.XXXI. No.94. (5-24). Chile.
- Granovetter, M. (1985). “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”. *American Journal of Sociology*. 91, (3), 481-510.
- Goux-Baudiment, F. (2001). *Quand les territoires pensent leur futur*. L’Aube. Paris.
- Hanneman, R. (2000). Introducción a los métodos de análisis de redes sociales. Disponible en versión electrónica en <http://www.redes-sociales.net/>
- Harvey, D. (2007). *Espacios del Capital. Hacia una Geografía Crítica*. Madrid: Akal
- Hjalager, A.M (2010). “Regional Innovation Systems: The Case of Angling Tourism”

*Tourism Geographies*, (12), 2, (192-216).

Hjalager, A. M (2002). "Repairing innovation defectiveness in tourism". *Tourism Management*, Vol.23 (465-474).

Jackson, J. & Murphy, P.(2002). "Tourism destinations as a clusters: Analytical experience from the New World". *Tourism and Hospitality Research*, (4), 1, (36-52).

----- (2006). "Clusters in regional tourism: An Australian case". *Annals of Tourism Research*, (33), 4, (1018-1035).

Méndez, R. (1997). Geografía económica. La lógica espacial del capitalismo global. Barcelona: Ariel Geografía.

Merinero, R., R. (2010). "Desarrollo local y análisis de redes sociales: el valor de las relaciones como factor de desarrollo socioeconómico". *Redes, Revista hispana para el análisis de redes sociales*, (18), 11, (277-304).

----- (2011). "Redes de actores y desarrollo turístico: Estudios de casos en Portugal". *Análisis del Turismo*, 11, (1), 9-21.

Molotch, H., Freudenburg, W., & Paulsen, K. E. (2000). "History Repeats Itself, But How? City Character, Urban Tradition and the Accomplishment of Place". *American Sociological Review*, (65), 791-823.

Nava, Z, M. (2011). Innovación en el territorio y capacidad turística competitiva de Mazatlán. Tesis inédita de Doctorado en Estudios de América del Norte, Universidad Autónoma de Sinaloa – PNP-C.

Perroux, F. (1950). "Economic Space: Theory and Applications". *Quarterly Journal of Economics*, Vol.64. (337-347).

Pike, A., A. Rodríguez-Pose, A., y Tomaney, J. (2006). *Local and Regional Development*. Routledge. N.Y.

Porter, M (1998). " Clusters and the New Economics of Competition". *Harvard Business Review*, N-D (77-90).

Prats, L, & Guia, J. (2008). "How tourism destinations evolve: The notion of Tourism Local Innovation System". *Tourism and Hospitality Research*. (3), 8, (178-191).

----- (2006). *Sistemas locals d'innovació turística: un model conceptual aplicat a la Costa Brava Centre*. Thèse Doctoral en Sciences Economiques. Université Toulouse 1. Universitat Jaume I.

- Rallet, A & Torre, A.(2004).“Proximité et localization”. *Économie rurale*, 280, 25-41.
- Román, A., R. (2006). *La economía del sur de Sinaloa, 1910-1950*, Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán, Difocur, México.
- Santamaría, A. (2002). *El nacimiento del Turismo en Mazatlán, 1923 – 1971*. UAS.
- (2005a). “El Centro Histórico de Mazatlán”, ponencia presentada en el XXV Symposium Internacional de ICOMOS, Mazatlán, Sinaloa.
- (2005b).”Ciclos de expansión y contracción de la industria turística en Mazatlán, 1970- 2002”, en *Arenas*, enero – junio, 8. México, (17-49).
- (2007). “El Centro Histórico de Mazatlán como oferta turística”, en Lizárraga, A. ***Nací de aquí muy lejos. Actores locales y turistas en el centro histórico***. México. UAS.
- Schmitz, H (1995). "Small shoemakers and fordist gigants: tale of a supercluster". *World Development*, (23), 1, (9-28).
- Schmitz, H. & Nadvi, K. (1999). “Clustering and industrialization: introduction”. *World development*, (27), 9, (1503-1514).
- Scott, A. (2006). “Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions”. *Journal of Urban Affairs*. (28), 1, (1-17).
- Sorensen, F. (2004). *Tourism Experience Innovation Network*. Tesis Doctoral. Universitat Roskilde. Dinamarca.
- Sorensen, F. (2007). “The Geographies of Social Networks and Innovation in Tourism”. *Tourism Geographies*, (9), 1, (22-48).
- Storper, M. (1998). “Las economías regionales como activos relacionales”. *Ekonomiaz*. No. 41. Economía y Territorio. Revista Vasca de Economía. (11-45).
- Storper, M. y Rodríguez Pose, A. (2006). “Better Rules or Stronger Communities? On the Social Foundations of Institutional Change and Its Economic Effects”. *Economic Geography*, (82), 1, (1–25).
- Storper, M., y Walker, R. (1989). *The Capitalism Imperative, Territory, Technology and Industrial Growth*, Blackwell.
- Yeung, H.(2005). “Rethinking relational economic geography”. *Royal Geographical Society (with the Institute of British Geographers)*. Vol.30 (37-51).

## **Entrevistas**

Febrero, 2010. Dr. Arturo Santamaria Gómez, profesor investigador de la Universidad Autónoma de Sinaloa y habitante del Centro Histórico de Mazatlán. Pionero en estudios turísticos sobre Mazatlán y especialista en historia del turismo en la localidad.

Abril, 2010. Lic. Ricardo Urquijo (+). Director de turismo cultural, Secretaría de Turismo de Sinaloa. Habitante y activista social del Centro Histórico.

Mayo, 2010. Lic. Karina Rico. Administradora de la Asociación Proyecto Centro Histórico, A.C.,

Mayo, 2010. Dra. Leticia Alvarado Fuentes, Directora general de la Empresa Cultural Recrea, A.C., Investigadora y especialista en el proceso de reconversión del Centro Histórico. Promotora de actividades sociales para el mantenimiento y limpieza del área.