I. TEXTOS MONOGRÁFICOS:
5. ECONOMÍA

ESPACIO Y OCIO: EL TURISMO EN MÉXICO

Atlántida Coll-Hurtado

TEMAS SELECTOS DE GEOGRAFÍA DE MÉXICO

ESPACIO Y OCIO:
EL TURISMO EN MÉXICO
I.5.6

Atlántida Coll-Hurtado

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Dr. Enrique Luis Graue Wiecher
Rector

Dr. Leonardo Lomelí Vanegas
Secretario General

Dr. Leopoldo Silva Gutiérrez
Secretario Administrativo

Dr. Alberto Ken Oyama Nakagawa
Secretario de Desarrollo Institucional

M.C. Miguel Robles Bárcena
Secretario de Servicios a la Comunidad

Dra. Mónica González Contró
Abogado General

Dr. William Henry Lee Alardín
Coordinador de la Investigación Científica

INSTITUTO DE GEOGRAFÍA

Dr. Manuel Suárez Lastra
Director

Dra. Naxhelli Ruíz Rivera
Secretaria Académica

Dr. José Luis Palacio Prieto
Editor Académico

Lic. Antonio Mancera Ponce
Secretario Administrativo

Colección *Temas Selectos de Geografía de México*

Coordinadores Académicos y Editoriales:
Dra. María Teresa Sánchez Salazar y Dra. María Teresa Gutiérrez de MacGregor

Editores Asociados: María Teresa Sánchez Salazar y Héctor Mendoza Vargas

Editor Técnico: Raúl Marcó del Pont Lalli

ESPACIO Y OCIO: EL TURISMO EN MÉXICO
Clave: I.5.6

Primera edición: 30 de septiembre de 2016

D.R.© Universidad Nacional Autónoma de México
Instituto de Geografía
Coordinación de la Investigación Científica

Instituto de Geografía, UNAM
Ciudad Universitaria
Del. Coyoacán
04510 México, D.F.
www.unam.mx
www.igeograf.unam.mx

ISBN (Obra General): 968-36-8090-9
ISBN: 978-607-02-8505-9
DOI: dx.doi.org/10.14350/tsg.1.5.6

Este libro presenta los resultados de una investigación científica y contó con dictámenes de expertos externos, de acuerdo con las normas editoriales del Instituto de Geografía. Para su publicación, recibió el apoyo financiero de la Dirección del Instituto de Geografía de la UNAM. Por este apoyo los coordinadores de la Colección expresamos nuestro agradecimiento.

ÍNDICE

Introducción…… 11

PRIMERA PARTE: TEORÍAS DEL ESPACIO-OCIO

I. El amplio mundo del turismo…… 19
Definiciones y tipos de turismo…… 19
Los enfoques del turismo…… 22
Los motivos del turismo…… 24
La infraestructura para el turismo…… 27
Fragilidad del turismo…… 29
El turismo y algunas de sus relaciones…… 31

II. El enfoque geográfico
Los factores de localización…… 39
Los tipos de ocupación del espacio…… 41
Maneras de acercarse al turismo desde la geografía…… 43

SEGUNDA PARTE: EL TURISMO EN MÉXICO

III. Principales actores en el turismo mexicano
El Estado mexicano: las principales directrices
para el turismo…… 50
FONATUR, la clave para el funcionamiento del sector…… 58

Los agentes del capital privado gestores
de la actividad turística..... 61

IV. Los destinos turísticos de México
Los recursos turísticos de México..... 68
Los primeros destinos creados por FONATUR..... 73
Los proyectos de la segunda etapa de FONATUR..... 80
Los destinos tierra adentro..... 84
V. Categorización del turismo en México: algunas cifras..... 89
Viajeros, turistas, cruceristas..... 91
Infraestructura de acogida..... 99
El empleo..... 106

TERCERA PARTE: A MODO DE CONCLUSIÓN

VI. Claroscuros del turismo mexicano..... 115
El territorio: las bondades y la afectación
negativa de la ocupación del espacio..... 118
Los beneficios socioeconómicos
derivados del turismo. Las pérdidas..... 121
Las políticas oficiales..... 128
Colofón: la segregación espacial, impronta del turismo..... 132

ANEXOS..... 139

REFERENCIAS..... 159

a Luis, en su camino

INTRODUCCIÓN

El turismo trata esencialmente acerca de personas y de lugares.
Pearce

A partir de la década de 1950 una serie de modificaciones en la conducta de las sociedades del mundo desarrollado van a influir en el desenvolvimiento de la actividad turística tal como la conocemos hoy día. Por una parte, se establecen las vacaciones pagadas a los trabajadores (en los Estados Unidos, doce días; en Europa, unas cuatro semanas al año); por la otra, la línea aérea del momento, Pan American Airways, introduce la clase turista en sus aviones (Honey, 2008). Para pasar esas vacaciones se buscan lugares que sean totalmente distintos a los propios, donde se pueda gozar de lo diferente: "es el disfrute de un tiempo de juego que se da como pausa o excepción, al cambiar de ambiente y de modo de vida, después de un año de trabajo" (Getino, 2002:119).

"El turismo es un vector de la globalización, porque promueve flujos financieros, de mercancías, de personas y de ideas a nivel planetario" (Córdoba; García, 2003:117). El turismo ofrece la posibilidad de "desvincularse de una realidad permanente" y de entrar a un mundo lúdico imaginario (Osorio, 2010:93) y se va gestando un nuevo valor de uso del espacio geográfico con la búsqueda de lugares donde practicar ese tiempo de ocio. Tal es el caso de las costas: "A lo largo de los dos últimos siglos, la playa pasó de ser un lugar repulsivo y peligroso a uno de atracción y deseo" (Urry, 2007:259). Así, la relación entre turismo y geografía se convierte en un binomio indisoluble, cada vez más complejo,

con numerosas aristas cuya evolución obedece a los cambios de la sociedad global.

A lo largo de la segunda mitad del siglo XX, a partir del fin de la Segunda Guerra Mundial en 1945, la economía gira hacia un nuevo orden económico internacional con la activa participación de organismos como el Banco Mundial en las decisiones internas de los países y la aplicación global de políticas neoliberales a partir de los años 1980. Al mismo tiempo, la conciencia social y ambiental obliga a esos mismos organismos y a los grupos económicos a pensar –aunque no siempre a actuar– conforme un nuevo paradigma: el del desarrollo sustentable y la necesidad de la reducción de la pobreza como *leitmotiv.* Son seis décadas de revoluciones tecnológicas que inciden en todos los aspectos de la vida del planeta, en la modificación de los transportes y las comunicaciones, en los tiempos requeridos para la vida cotidiana y los espacios utilizados. Se reduce el tiempo y se encoge el espacio en una globalización de la economía que impacta a las sociedades mundiales (López Palomeque, 1999).

A lo largo del proceso se plantean nuevos objetivos en busca del ya mencionado desarrollo sustentable que asegure el futuro de los distintos grupos humanos. Uno de ellos es la búsqueda de un mayor equilibrio social y económico y se sugieren alternativas de desarrollo para los países pobres, de elevado crecimiento demográfico (subdesarrollados, en vías de desarrollo o emergentes) como la industrialización, que se va centrando en los procesos maquiladores y, sobre todo, con el turismo al que se otorgaron bondades tales que: "Los gobiernos de los países concernidos, a falta de algo mejor, apostaron a que la industria turística crearía riquezas y los empleos faltantes" (Hoerner, 2007:2). La finalidad buscada es la de ofrecer empleo a masas de población cada vez más numerosas –y menos capacitadas– pero lo que se logra en primera instancia es la terciarización de las economías locales.

Muchos países vieron en el turismo la panacea para sus problemas sociales y económicos. Abrieron sus espacios a la actividad, adecuaron lugares, construyeron infraestructuras viales y urbanas, modificaron los paisajes y las ocupaciones tradicionales. Para todo ello se requerían grandes inversiones, capitales con los que no se contaba y, en poco

tiempo, el turismo devino una industria internacional controlada por las grandes empresas multinacionales cuyas decisiones no siempre coinciden con los objetivos prioritarios de los estados concernidos y vulneran soberanías y autonomías (Castillo, 2007). El turismo adquiere connotaciones políticas al "convertirlo en un instrumento de presión o ayuda real, desde el punto de vista económico e ideológico" (Jiménez, 1993:26) aun cuando, como dicen Mowforth *et al*. (2008:3-10):

> El turismo pretende ser apolítico, pero en él se encapsulan problemas de poder y riqueza a una escala grande y global… El desarrollo de la estructura de poder y sus privilegios en los países latinoamericanos y del Caribe así como la historia del ejercicio del poder por fuerzas externas en la región son cruciales para entender su influencia sobre el desarrollo del turismo… está cambiando la naturaleza de esos países al pasar de ser proveedores de productos primarios (las "repúblicas bananeras") a ser el patio de juegos de los ricos que vienen sobre todo del Primer Mundo ("repúblicas de juegos").

El gran capital adopta la nueva actividad a través de compañías transnacionales que se ocupan verticalmente de todos los eslabones de la cadena, desde el lugar de origen de los turistas hasta los espacios de destino, gracias al control de los medios de transporte, las agencias de viaje, los establecimientos de acogida, las infraestructuras de apoyo.

Hoy día, el turismo ya no es sólo la actividad llevada a cabo por unos cuantos personajes –como ocurría en la Europa del siglo XIX– sino que se ha convertido en sinónimo del desplazamiento masivo de poblaciones y de importantes movimientos financieros. En 1950 se movieron alrededor del mundo poco más de 52 millones de personas; en 2014 lo hicieron más de mil millones de turistas: 563 millones en Europa, 248 en Asia y las islas del Pacífico, 169 millones en el continente americano, 56 millones en África y 52 en Medio Oriente (Tabla 1; UNWTO, 2014:10). Los principales receptores del turismo internacional siguen siendo los países europeos; en segundo lugar van ganando mercado los países asiáticos y, en particular, las islas del océano Pacífico.

Tabla 1. Turistas e ingresos en el mundo.

Año	Turistas *	Ingresos **
1950	25.2	2.2
1960	69.4	6.9
1970	165.8	17.9
1980	278.2	106.5
1990	439.5	273.2
2000	674.0	494.0
2010	949.0	965.0
2014	1,135.0	1,245.0

*: millones de turistas.
** miles de millones de dólares.
Fuente: UNWTO/DATATUR (2014).

El turismo es, como dice Pearce, una actividad que concierne fundamentalmente a los hombres y a los lugares; es, por tanto, un fenómeno esencialmente geográfico en cuanto refleja las relaciones que se establecen entre ambos elementos, en cuanto su análisis busca las causalidades y los efectos que ocurren en un espacio dado modelado por esas acciones; es decir, en un espacio humanizado. Desde la ubicación de los centros emisores de turistas a los sitios receptores se establecen flujos que pueden ser analizados en sus causas y también medidos en volumen y frecuencia. Los destinos se clasifican por sus atractivos y tienen una vida marcada por circunstancias muchas veces ajenas a ellos mismos.

La compleja actividad turística crea y recrea espacios, maneja hombres y mujeres, los cambia de lugar temporalmente –si son turistas– o definitivamente –si son los que sirven al turista–. Incide en la economía, en la sociedad, en el medio ambiente. Es, pues, un fenómeno geográfico:

> … a todas las escalas, la geografía es el modo irremplazable para descifrar las relaciones múltiples y verdaderas entre el espacio, los luga-

> res y el uso que se hace de ellos aun episódicamente en una fase dada de tiempo que deja marcas indelebles inscritas en los tiempos largos (George, 1993:10).

Este pequeño texto se divide en tres partes. La primera corresponde a la discusión teórica y conceptual del turismo y de la geografía del turismo. La segunda se apoya en el estudio de las implicaciones que las acciones del Estado mexicano, así como de los demás agentes nacionales y extranjeros que intervienen en su gestión, tienen sobre la actividad turística, la ubicación de los destinos en el litoral y en el interior del país, las acciones del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). No puede evitarse el análisis, así sea somero, de ciertos datos estadísticos para categorizar los alcances sociales y económicos del turismo en México. La tercera parte se ocupa, a modo de conclusión, de señalar los claroscuros de la actividad en la sociedad, en la economía, en las políticas estatales, con un breve análisis de las acciones concretas de FONATUR en el litoral mexicano. Para concluir una llamada de atención a las huellas del turismo sobre el espacio: la segregación espacial que se da en los destinos turísticos.

Existe una amplia bibliografía acerca del tema, producida en particular durante los últimos veinticinco años, que aborda el turismo en México desde muy distintas perspectivas. Destacan al principio los estudios publicados por el Instituto de Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México a fines de la década de 1960 (García, 1970; Carrascal, 1975a, 1975b), a los que se fueron añadiendo otros de las mismas autoras, así como de nuevos participantes en el campo de la geografía del turismo (Propin, López, Sánchez, 2004; López, 2002). De los primeros inventarios de recursos naturales y culturales para el turismo, de los primeros análisis del cambio de uso del suelo ocasionado por la apertura de espacios a la actividad, de la crítica a los esquemas simplistas de desarrollo regional por reacción en cadena derivada de las inversiones para el ocio, hoy se analizan aspectos tan variados como el turismo alternativo, el turismo religioso o el turismo sexual. Asimismo, el amplio tema del turismo ha sido abordado en distintas instituciones académicas y

gubernamentales, no sólo en textos (Hiernaux, entre otros), sino a través de interesantes obras cartográficas que muestran el impacto territorial que la actividad tiene en el país (*Atlas Nacional de México, Nuevo Atlas Nacional de México, Atlas de turismo alternativo de la Península de Yucatán*).

Esta obra no pretende ser un texto exhaustivo acerca de este tema tan complejo, de tantas aristas, que puede y debe ser analizado desde una perspectiva multidisciplinar. Intenta, tan sólo, aportar otro punto de vista. Me he basado en el análisis de una amplia bibliografía, en notas hemerográficas, en informes de los propios organismos gubernamentales encargados de llevar a cabo los planes de desarrollo turístico en México. Como geógrafa, no podía faltar el contacto directo con el terreno, con los actores, y el conocimiento empírico obtenido a través de décadas de trabajo de campo. Todo ello ha dado forma a mi punto de vista sobre la cuestión.

Agradecimientos. He contado con el valioso apoyo de María de Lourdes Godínez Calderón en la elaboración de tablas estadísticas y del material gráfico y cartográfico, y de Viridiana Hernández Galván en la tediosa búsqueda biblio y hemerográfica. Numerosas personas en distintos centros turísticos han hablado conmigo y me han permitido conocer sus puntos de vista, sus opiniones tanto en charlas informales como en entrevistas y encuestas. Algunos colegas han revisado los borradores y me han hecho muy valiosas sugerencias, al igual que dos dictaminadores externos. Mi reconocimiento los engloba a todos al no poder nombrarlos por temor a omitir alguno de ellos involuntariamente.

PRIMERA PARTE:
TEORÍAS DEL ESPACIO-OCIO

I. EL AMPLIO MUNDO DEL TURISMO

Es una industria con una enorme fijación espacial, un grado excepcional de descentralización y una inmensa volatilidad en el gusto.

J. Urry

El turismo es el buque insignia del sector privado.

M. Mowforth

Definiciones y tipos de turismo

Son múltiples las definiciones de turismo porque también son diversos los enfoques desde los que puede ser abordado: desde el discurso oficial del Estado y el valor de uso que le da la economía, a la óptica de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, por sus siglas en inglés), a los factores demográficos, ya sea que se considere a la población que busca el ocio como a la que lo atiende y lo recibe, al impacto que ocasiona en los lugares escogidos para llevarse a cabo, a las alteraciones ambientales, entre otros aspectos.

El turismo es multifacético; se puede definir según sea el individuo que lo practica, y hay que diferenciar su impacto, sus huellas, si tan sólo pernocta una noche, o si disfruta de una semana o un mes o medio año. Hay que diferenciar al viajero que indaga costumbres de los pueblos visitados, que se interesa en su cultura, en sus obras, del turista que se tumba al sol en la playa y no sale de su hotel más que para ir al aeropuerto para tomar el avión que lo regresa a su cotidianidad, del hombre de negocios

y el comerciante viajero y, en los últimos tiempos, de los individuos que buscan no sólo lo diferente de sus vidas cotidianas, sino lo extremo, el peligro, la oscuridad.

Esta multiplicidad de facetas de acercamiento a la cuestión complica la definición de la actividad, y por tanto, del turista. Hace difícil establecer normas y parámetros nacionales e internacionales que sirvan para valorar las magnitudes del fenómeno y establecer comparaciones entre países. De ahí que cada región, cada país tenga sus propios métodos de medición del fenómeno y de sus impactos: "Las estadísticas turísticas constituyen un campo minado al que no debe entrarse superficialmente" (Harrison, 2001:9), por lo que es necesario aplicar tanto métodos cuantitativos como cualitativos para su explicación.

La Organización Mundial del Turismo establece como unidades básicas de la actividad al *visitante* y al *viajero*. Este último es "toda persona que se desplaza entre dos o más países distintos, entre dos o más lugares dentro de su país de residencia" y puede ser de dos tipos: internacional o interno. El visitante es "toda persona que viaja a un lugar distinto al de su entorno habitual por una duración inferior a 12 meses, y cuyo propósito principal en el viaje no es la de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado" (Tomillo, 2010:178-179). Otras definiciones de turista se basan en la cantidad de tiempo que ocupan los individuos en su desplazamiento y estancia: pernocta de 24 horas, de más de tres días, etcétera. Aunque también cabe preguntarse, con J. Córdoba (2009), qué tipo de turista es el *crucerista* que nunca duerme en tierra.

La organización internacional establece diversas categorías: el *turismo interno*, que llevan a cabo los habitantes del país en su propio territorio; el *turismo receptor,* realizado por los que llegan a un país diferente al propio, y el *turismo emisor* que es el que realizan los residentes de un país hacia el extranjero.

Otros tipos son, por ejemplo, el denominado *turismo de distinción,* realizado por individuos de alta capacidad adquisitiva, elevado nivel cultural, representativos del mundo posmoderno, o el *turismo de fantasía*:

> característico de un amplio grupo de individuos de un grado relativamente bajo de capital cultural, que encuentran que las atracciones disponibles en un mundo cada vez más homogeneizado, (son) poco excitantes… (y) prefieren el estremecimiento de lo extraordinario en el ámbito de la fantasía en lugar de la realidad (Cohen, 2005:22),

hecho que resulta en la proliferación de parques temáticos y en la *disneyzación* de espacios para el consumo del ocio. Además de los anteriores, Cohen señala el *turismo extremo* que practican aquellos que buscan imitar a los exploradores de los viejos tiempos.

Cabe señalar que cuando se habla de turismo, en general se piensa en el turismo de masas que ocupa los grandes hoteles y viaja en avión. Las estadísticas oficiales así lo refieren; pero es también muy importante pensar en el turismo nacional e internacional que se realiza a pequeña escala, viaja tanto en avión como por vía terrestre, con presupuestos más reducidos, ocupa los pequeños alojamientos, y busca un contacto más estrecho con las comunidades locales. Las nuevas modalidades del turismo (rural, ecológico, de aventura) entran en este grupo y son quizá menos susceptibles a ritmos estacionales.[1]

En todos los casos, el turista o el viajero se desplaza desde su lugar de origen hacia un destino distinto, cercano o lejano, y para llevar a cabo ese cometido requiere de una infraestructura específica que va desde los medios de transporte hasta los lugares de pernocta y restauración. La calidad y complejidad de dicha infraestructura depende del tipo de turismo y se refleja en los destinos escogidos.

[1] Como me comenta un restaurantero de la costa oaxaqueña respecto a la temporalidad de los visitantes: "no llueve, pero gotea".

Los enfoques del turismo

> *El turismo es más que un arte −es una táctica para atraer, transportar, recibir, dar acomodo, entretener y servir al turista−.*
>
> J. Jafari

Debido a sus características, el acercamiento disciplinar hacia el turismo se logra a través de múltiples caminos; son muchas las vías de estudio del fenómeno, y su complejidad ha ido en aumento en los últimos cincuenta-sesenta años. Por ello, se suman los trabajos, las investigaciones, las tomas de posición y la búsqueda de un marco teórico que englobe todo ese conjunto es cada día más apremiante. Hace ya una década, Jafari (2005:40) planteaba la necesidad de tratar al turismo como una disciplina científica debido a que:

> Posiblemente pocas industrias se hayan desarrollado tan rápido como el turismo… tan pronto como diversas comunidades y países descubrieron sus posibilidades económicas y se esforzaron por explotar su potencial, el turismo se convirtió con rapidez en una activa fuente de negocios, en un sector de la economía internacional y en una mega-industria global. En breve plazo, el turismo empezó a generar tan sólo un poco menos dinero que el petróleo; pronto se puso a la par con él y en otro poco de tiempo lo superó, para convertirse en la mayor industria mundial del presente.

El proceso conllevó la necesidad de analizar sus diversos elementos, y se fue creando un *corpus* disciplinario que ha generado una literatura científica abundante tanto teórica como de estudios de caso, internacional y nacional. Según el propio Jafari *(ibid.)*, los estudios sobre el turismo responden a cuatro posiciones analíticas distintas, que él denomina plataformas: la apologética, la precautoria, la adaptativa y la científico-céntrica.

La primera, la *plataforma apologética*, resume los trabajos realizados tanto por autores independientes como por firmas o empresas que

consideran que el turismo es básicamente una actividad que proporciona beneficios económicos y socio culturales tales como la generación de empleos y el aporte de divisas, facilita el desarrollo económico, mejora la educación, refuerza el patrimonio cultural. "Esas particularidades… ayudadas por la atención global, han alimentado su promoción y desarrollo hacia países próximos y lejanos" (Jafari, 2005:41).

La observación de los efectos causados por el turismo en distintos ámbitos ha dado lugar al cuestionamiento de todas esas bondades, en particular en lo que concierne al control ambiental y la protección de las culturas locales, al tipo y calidad de los empleos generados, al control de la actividad por grandes compañías transnacionales. Los autores enmarcados en lo que Jafari denomina *plataforma precautoria* (*ibid.*:42) denuncian los efectos no deseables que origina la práctica turística.

La discusión de estas dos visiones encontradas dio lugar al surgimiento de una tercera vía, la *plataforma adaptativa* (*ibid.*:42) que: "favorece aquellas formas de turismo que son especialmente respetuosas de las comunidades de acogida y su entorno cultural o construido, así como el medio natural en que se mueven". Estas formas de turismo se engloban dentro del amplio grupo de actividades alternativas como el ecoturismo, el turismo rural y el turismo cultural, para mencionar sólo unas cuantas.

Ante este fenómeno global que es el turismo y los diferentes aportes de cada postura, a finales del siglo pasado se planteó la posibilidad de la creación de un cuerpo científico de conocimientos sobre el turismo que diera un "tratamiento totalizador" a la actividad, mismo al que Jafari (*ibid.*:43) denomina *plataforma científico-céntrica*:

> Esta plataforma basada en la ciencia defiende la objetividad… estudia sistemáticamente la propia estructura del turismo; lo coloca en continuidad con diversos campos de investigación o disciplinas, define su lugar en el contexto multidisciplinar que la genera y la acomoda; examina sus funciones a escala personal, grupal, empresarial, gubernamental y sistémica; identifica los factores que influyen y son influidos por el turismo.

A todo lo anterior hay que añadir que el turismo se ha convertido en un fenómeno no sólo social y económico sino político por su imbricación con la gestión de organismos públicos y del Estado. Es decir, que se trata de un fenómeno que puede, y debe, ser analizado desde muy diferentes perspectivas, desde diversos enfoques, bajo escalas asimismo distintas. Es uno de los fenómenos socio-económico-políticos más complejos de la actualidad:

> Desde una perspectiva económica, el turismo es una actividad motora porque aporta recursos financieros, anima ciertas actividades económicas… y favorece la reconversión productiva. Desde una perspectiva social… también promueve serias transformaciones porque interviene activamente en la alteración de los modos de vida tradicionales y… modifica la estructura social. Desde la perspectiva espacial... es agente de desarrollo porque fomenta la modernización y creación de infraestructuras básicas… (Córdoba y García de Fuentes, 2003:119).

Los motivos del turismo

La gran mayoría de los autores que escriben sobre turismo coinciden en que, en primerísima instancia, lo que motiva al turismo, o mejor dicho al turista, es la búsqueda de algo diferente a su cotidianidad, algo que lo aleje de su vida normal, de la rutina diaria. Dice Osorio (2010:90-91):

> En el sistema social [actual] el turismo hace posible que el sujeto se separe de su mundo cotidiano y conozca otro; la estancia en un espacio heterorreferente le permite una ruptura temporal con su mundo, la liberación momentánea de una estructura de vida, que no implica cambiarla, sino sólo sustituirla por otra forma, en conexión con el ocio. En el turismo, la realidad 'permanente' desaparece frente a la realidad momentánea… es la única operación que permite una salida y el posterior retorno a una realidad normal.

Así, cualquier lugar, cualquier grupo humano, cualquier ciudad o pueblo diferentes a lo propio se convierten en un atractivo para salir de la cotidianidad y buscar dónde pasar unos días disfrutando del ocio. Son los lugares donde dejamos de ser "nosotros" para convertirnos en "otros": en los que no tenemos que ir al trabajo, vestir de determinada manera, cumplir ciertas obligaciones diarias, actividades y modos que pueden ser placenteros, incluso estimulantes y producto de una meta de vida, pero de las que es deseable escapar de vez en cuando. O bien, se tiene la curiosidad intelectual de conocer otros modos de vida, otros espacios, otras formas de naturaleza y esa necesidad de conocimiento impulsa el viaje a otros lugares. O simplemente tumbarse sobre la arena de la playa para no hacer nada.

> Las grandes motivaciones del turismo internacional siguen siendo aparentemente las mismas, encabezadas por el ocio, el recreo y las vacaciones (51%), seguidas por otros motivos como asuntos personales y visitas familiares (27%) y los viajes de negocios y motivos profesionales (16%) (Córdoba, 2009:34).

Estos motivos personales para hacer turismo son estimulados por intensas campañas publicitarias en todos los *media* que van desgranando las bondades y las maravillas de destinos más o menos lejanos, por eso:

> Para su operación (el turismo) cuenta con los campos programáticos de las noticias y reportajes, el entretenimiento y la publicidad, los cuales le dan sentido a la distinción del turismo [y como] las vacaciones rompen la normalidad social, se vuelven objeto de atención de los medios masivos al permitir aplicar algunos de los criterios de selectividad de las noticias… La publicidad ha sido la estructuradora del deseo generalizado del viaje a la playa y la constructora del gusto por la contemplación del mar… ofrece la certidumbre de hallar estas vivencias (ilusión, belleza, romance, diversión, felicidad) en los destinos turísticos ante la imposibilidad de encontrarlos en el espacio de la vida cotidiana… La noticia es capaz de alterar el sistema social al grado de paralizar la

> movilidad turística [septiembre 11; guerra de Irak, epidemia de H1N1] … sin embargo, la capacidad de olvido del sistema de la sociedad permite al de los medios masivos restablecer las motivaciones del viaje, incluso con la capacidad de reconvertir el desastre en objeto de interés de los turistas, como son los casos de Vietnam o la zona cero de Nueva York (Osorio, 2010:92, 94-96).

Hace no muchos años las agencias de viajes realizaban ese trabajo al promover viajes y estancias en otros lugares, al proponer nuevas experiencias en espacios diferentes a los propios. Pero la revolución tecnológica ha prácticamente acabado con ellas y hoy es por medio de internet que se organiza el turismo: las propias compañías aéreas venden sus viajes, solos o en paquetes todo incluido; los hoteles se anuncian en páginas web, y son los propios turistas quienes hacen la publicidad de los lugares gracias a sus comentarios, positivos o negativos, en páginas como *traveladvisor.com*. Actualmente, uno mismo puede organizar su viaje tan simple o complejo como quiera, de unos cuantos días o duración de meses, en hoteles de gran lujo o en casas rurales.

Del otro lado del escenario, el turismo se ha convertido en el reclamo de los gobiernos y las múltiples versiones oficiales lo señalan como fundamental en las economías locales y nacionales al proveer de fuentes de trabajo y al generar divisas que los países, sobre todo los que ofrecen sol y playa, mayormente necesitan. Así, no es sólo el deseo personal de disfrutar del ocio lo que motiva el turismo, sino que se convierte en un elemento clave en los programas oficiales y se buscan lugares atractivos, se invierte en la creación de infraestructura de acceso –carreteras, aeropuertos, puertos–, se "crean" localidades para la población que migrará a ellas y será la fuerza de trabajo:

> El Estado, a través de los diferentes organismos de tipo público, es un agente fundamental en la producción del espacio urbano, desempeñando sobre todo un papel subsidiario… Debe atender a aquellas necesidades no satisfechas por la iniciativa privada, es decir, aquellas necesidades y la demanda que no constituye una fuente de beneficio para el

> capital o que representan fuertes inversiones de amortización extremadamente lenta (Capel, 1977:137).

Los proyectos de desarrollo turístico contemplan la participación activa del capital transnacional en la construcción de la infraestructura de acogida: hoteles, segundas residencias, compañías de viaje, compañías aéreas, inversiones de rápido retorno de utilidades por lo que, como dice Urry (1990:56): "El capital turístico está muy a favor de las inversiones públicas por parte de las autoridades locales para proveer nuevos atractivos o mejorarlos".

La infraestructura para el turismo

No se trata solamente de encontrar un lugar atractivo y publicitarlo, sino que hay que crear toda una infraestructura de transporte (cómo llegar a ese lugar), de alojamiento (dónde vivir temporalmente), de restauración (dónde alimentarse), de propuestas de diversión (parques temáticos), de opciones de compra (comercios, *souvenirs*). De esta manera, se convierte en una actividad productiva compleja (Marchena y Santos,1998:249). La creación del destino turístico implica la construcción de obras de infraestructura tan variadas como importante se quiere que sea dicho lugar. Cuando se va a crear un nuevo destino, como sucede con frecuencia en los países emergentes, se requiere en primera instancia adquirir los terrenos donde se va a construir ese nuevo lugar.[2] Luego, hay que dotarlo de la infraestructura urbana correspondiente: agua potable, drenaje, electricidad, vialidades, y la instrumentación de los servicios municipales básicos. Para llegar al destino escogido se necesitan, además, los medios adecuados: carreteras, aeropuertos, puertos marítimos, ferrocarriles:

[2] Este es uno de los puntos más conflictivos de todo el proceso ya que esos terrenos tienen en general un dueño que lleva cabo actividades en él: agricultura, explotación forestal, pesca, ganadería, dueño que no quiere dejar su tierra fácilmente.

> El turismo se apoya en la accesibilidad de los lugares de uso que, precisamente sólo pueden utilizarse *in situ*. Accesibilidad desde los mercados exteriores, pero también desde el interior del área hasta los centros de producción-consumo. En este sentido… los distintos tipos de accesibilidad condicionan una cierta forma de especialización en distintas áreas (Sánchez, 1991:129).

Todo ello implica enormes inversiones que asumen en general los gobiernos de los estados concernidos, a veces apoyados por préstamos internacionales de organismos como el Banco Mundial (BM), o el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). La segunda fase corresponde propiamente a la construcción de los espacios de acogida: hoteles, residencias secundarias, campos de golf, parques temáticos, diversiones, etcétera, y, obviamente, el lugar donde han de vivir aquellos que prestan los servicios a todo ese conjunto: un poblado más o menos estructurado, con servicios mínimos como escuelas, clínicas, sistemas de abasto. En resumen, un enorme conjunto de bienes y servicios que tiene por característica básica el estar localizado o "fijado", como dice Urry (1990:67), en un espacio determinado:

> Dos rasgos espaciales o geográficos deben ser anotados respecto a los servicios relacionados al turismo. Primero, esos servicios deben ser prestados en, o al menos, cerca de los objetos que mira el turista; no pueden ser prestados en cualquier parte… Tienen una fijación espacial. Segundo, gran parte de la producción del servicio implica una cercanía espacial entre los productores y los consumidores de dichos servicios.

Esta aseveración es fundamental. En el turismo hay un determinismo geográfico que no puede ni debe ser soslayado y que implica la concepción de un binomio indisoluble: turismo-espacio. No pueden ser concebidos el uno sin el otro sobre todo porque esos espacios así construidos reflejan la acción de las sociedades concernidas y de un momento coyuntural que deja huellas aun después de los ciclos de vida de cada constructo.

Como toda obra humana, los destinos turísticos tienen un ciclo de vida determinado: nacen, se desarrollan, duran en activo más o menos tiempo, y llegan a "perecer" en el sentido de que pierden su lugar en el mercado.[3] Influyen en ello factores tan diversos como la calidad de la propia infraestructura de acogida, las posibles actualizaciones de diseño, la calidad del servicio, o bien las modas impulsadas por los ejes publicitarios. Además, y no de menor importancia, el surgimiento de nuevos lugares de atracción que implican una dura competencia sobre todo cuando se basan en atributos semejantes como sucede sobre todo con el turismo de sol y playa. No obstante, siempre quedan las huellas, los remanentes espaciales que pueden reactivar los destinos bajo circunstancias o coyunturas diferentes.

Fragilidad del turismo

> *Los miembros de la élite global de los superricos pueden estar ahora o después en este lugar o en aquel otro, pero en ningún momento ni lugar son de este sitio concreto (ni de ningún otro, claro está). No tienen que preocuparse en disipar los temores que invaden a los nativos/ lugareños del sitio en el que ellos han recalado temporalmente, porque su propia seguridad… ya no depende de que la 'plebe esté contenta' como tampoco depende de ello la seguridad de su riqueza… que se ha convertido en algo tan ligero y móvil que puede ser fácilmente transferido a entornos más bellos y hospitalarios.*
>
> Z. Bauman

El turismo es frágil, el turista cambia de opinión, los lugares pierden su atractivo inicial. En el turismo inciden tanto hechos y acciones totalmente ajenas a la vida de los países receptores como problemas propios

[3] Butler (1980:5-12) definía a esas etapas como la fase de exploración, la fase de involucramiento y desarrollo, la consolidación, el estancamiento, y el declive. A partir de este punto, el lugar turístico puede tomar varios caminos: un rejuvenecimiento, la estabilización con menos impacto en el mercado, o el uso indiscriminado de recursos con pérdida de competitividad.

de los países emisores. El flujo de turistas se ve afectado por las crisis económicas de ambos extremos de la ecuación: las del país emisor y las que ocurren en el país receptor; inciden las fluctuaciones del valor de las monedas, las crisis políticas, las guerras, la inestabilidad financiera y la inseguridad local; las epidemias.

Al mismo tiempo, surgen atractivos para un nuevo tipo de turista: el que busca lo oscuro, lo desagradable, lo prohibido, sin importarle las repercusiones sociales de la población receptora. Es el llamado turismo *negro*: se organizan visitas a cementerios, a lugares destrozados por terremotos o tsunamis, a antiguas prisiones o campos de exterminio, a escenarios de guerra, a *favelas* y ciudades perdidas, a zonas permisivas de prostitución infantil.

A todo lo anterior, hay que sumar una de las características esenciales de la actividad: su temporalidad. En el turismo hay temporadas altas y temporadas bajas según sean el volumen de turistas y los ritmos de ocupación de la infraestructura turística disponible. Además de las circunstancias coyunturales ya mencionadas de crisis económicas, políticas, guerras, las temporadas en general responden a condiciones climáticas: pasar el invierno de los países fríos en las costas tropicales, o bien evitar las temporadas de ciclones y tifones; promoción de vacaciones de invierno en *resorts* preparados para deportes de invierno, etcétera.

La aleatoriedad no solo afecta a las grandes cadenas hoteleras y sus filiales, que salen adelante por la suma de ingresos de todas sus unidades repartidas en diferentes localidades de un mismo país o en países diferentes (hoteles de la misma cadena, del mismo corporativo que pueden o no operar bajo distintos nombres). Esta situación extrema se nota mucho más en aquellas localidades que viven prácticamente de manera exclusiva del turismo en las que casi todos los empleos directos e indirectos están ligados a la presencia del turista. A la sombra de las grandes cadenas, en los poblados que ya existían o en los que se van creando artificialmente para dar soporte al nuevo destino, surge una réplica de servicios turísticos de bajo costo destinada a la población local, regional e incluso nacional, que suele llegar por vía terrestre: mesones, casas de huéspedes, hotelitos, fondas y lugares de restauración, y también tiendas

y mercadillos de *souvenirs* y ropa de playa. En las temporadas bajas, se pierden empleos, se cierran los pequeños comercios y los hotelitos al reducirse drásticamente los ingresos de la población local. Muchos destinos se vuelven pueblos fantasma por largos meses.

La Organización Mundial del Turismo señala al respecto:

> La industria turística se caracteriza por una estructura dual. Coexisten unas cuantas corporaciones multinacionales que controlan y dominan los mercados internacionales y un enorme número de pequeñas empresas (que están) en una posición vulnerable… En un estudio de 1996 sobre turismo global, 36 turoperadores tenían 90 por ciento del mercado y los cinco mayores operadores controlaban el 40 por ciento del total… En muchos casos, las comunidades deben depender de las bondades de las multinacionales para poder acceder al mercado. De ahí que parezca difícil la participación de las comunidades locales en el turismo masivo (UNWTO, 2009:8).

El turismo y algunas de sus relaciones

El primer interesado en incorporar al turismo en los planes de gobierno es el Estado por las implicaciones económicas que tiene, independientemente de si se trata de un país desarrollado o uno emergente. Todos compiten entre sí para obtener una mayor tajada del mercado, de ahí que sea fundamental el papel desempeñado por los organismos oficiales. El Estado promueve nuevos destinos, los dota de infraestructura, apoya las decisiones del capital nacional y extranjero que llega a ocupar los espacios que él mismo no puede o no quiere solventar, participa en eventos internacionales para promocionar lo propio, para asegurar la "marca", garantiza estímulos fiscales para incentivar las inversiones. El Estado otorga al turismo la prioridad de ser el factor que genere un desarrollo social y económico regional. Estos son los buenos deseos, pero no siempre se logra llegar a ellos ya que, al mismo tiempo, el Estado es frágil y puede participar, aun cuando sea de forma involuntaria, en las crisis que alteran la marcha de la actividad. Tal sucede con las crisis políticas internas

o externas, las crisis financieras, las crisis sanitarias, la inseguridad local, etcétera.

En todos los casos, al turismo se le adjudican bondades específicas, sobre todo las que tienen que ver con aspectos económicos tales como la entrada de divisas, la generación de empleos, el desarrollo regional. Estas cualidades justifican la ocupación de nuevas tierras, la inversión de enormes cantidades de dinero en obras de infraestructura, cambios de giro en las actividades tradicionales.

> El tema de la balanza de pagos, y en particular de la obtención de divisas, ha sido uno de los pretextos más usados para justificar la promoción del turismo internacional en los países dependientes; por lo que en el caso de las empresas privadas –principales beneficiarias del recurso– ha servido, para alentar políticas gubernamentales de promoción turística: créditos blandos, inversiones en infraestructuras y servicios, etc. (Getino, 2002:42).

No obstante, las sumas y restas de la balanza de pagos no siempre reflejan la realidad del proceso: la derrama que dejan los turistas varía considerablemente según el tipo de actividad que realizan y los ingresos hoteleros no se quedan en el país. "Las cadenas hoteleras, a través de diferentes medios legales o trucos, se las han arreglado para repatriar a sus cuarteles generales *offshore*, una parte substancial de la moneda extranjera que habían adquirido" (Hiernaux, 2006:75).

Los viajeros en cruceros gastan muy poco porque sólo bajan a tierra unas cuantas horas y tienen todo incluido en el barco; el turismo denominado de masas, en general, concentra sus gastos en la verticalidad de las empresas que les organizan los viajes, desde la agencia, el avión y los hoteles también con la modalidad del "todo incluido", y la derrama *in situ* es pequeña cuando no nula. Y, en el otro sentido, hay que contabilizar asimismo la derrama que el turismo emergente hace en otros destinos fuera del propio país.

Cada país maneja indicadores distintos y definiciones diferentes para cada caso, lo que dificulta aún más establecer comparaciones entre países

potencialmente competitivos. Por eso, según Harrison (2001:9): "Las estadísticas turísticas constituyen un campo minado al que no debe entrarse superficialmente; también es necesario ser cuidadoso con el uso de otros datos turísticos".

Otro de los argumentos que justifican la inversión turística es la generación de empleos; el establecimiento de la actividad turística va aparejado con un incremento de la terciarización del empleo (desde luego no es la única causal de ello, pero no es este el lugar para analizar el fenómeno, en particular en los países emergentes).

Los servicios que requiere un destino turístico son muy variados e implican tanto una cierta especialización en algunas áreas y una escasa o nula en otras, así como una ubicación de la mano de obra cercana al destino; son empleos de labor intensiva, como dice Urry, con horarios flexibles, demandantes y, en general, mal pagados; muchas veces carecen de seguridad laboral, prestaciones de ley, etcétera, lo que ocasiona una fuerte rotación de personal. Quizá el rasgo más interesante en cuanto al empleo turístico es la aleatoriedad del mismo:

> Hay una flexibilidad numérica por la variación de empleo según sea la demanda: temporal, medio tiempo, a corto plazo y empleo casual. Hay una flexibilidad funcional que se refiere a la habilidad de desplazar a los empleados de un puesto a otro con diferentes tareas según sea la carga de trabajo. La tercera estrategia es el distanciamiento mediante la subcontratación por fuera (Urry, 1990:78).

El destino turístico se caracteriza, además, por la oferta de un cierto tipo de comercio, el de los recuerdos o *souvenirs*, artesanías locales o importadas, comercios que no responden a las necesidades de la población local sino a las de los visitantes. De ahí que también haya como consecuencia una sobreoferta comercial, un "sobre-equipamiento comercial: el número de comercios es muy superior a las necesidades de los habitantes permanentes de la comunidad o de la ciudad considerada" (Barrier, 1964:66).

El turismo es pues, una actividad de gran complejidad, comparte áreas de interés común con otros campos especializados, política, so-

ciología, economía, ecología, antropología, historia, geografía. Por ello, Jafari (2005:51) considera que "Puesto que mantiene relaciones con diversos fenómenos y puesto que su estudio utiliza teorías y métodos de otras disciplinas, el turismo está llamado a asumir un papel realmente interdisciplinar".

II. EL ENFOQUE GEOGRÁFICO

La naturaleza inquisitiva de la investigación geográfica, particularmente el interés en las relaciones hombre-entorno en una variedad de escalas espaciales, frecuentemente significa que el geógrafo persigue una perspectiva holística que no es habitual encontrar en otras disciplinas.

C. Hall y M. Page

Hay una correspondencia entre el paisaje, el territorio y la sociedad que sobre él vive, y esto es lo que trata de leer el geógrafo.

P. Sunyer

El espacio, como espacio geográfico, es, para el análisis geográfico, el medio o marco físico en donde se producen todas las actuaciones y relaciones humanas y sociales, con la superficie de la Tierra como ámbito esencial y predominante.

J. E. Sánchez

La geografía, entendida como el estudio del espacio humanizado, permite acercarse a los fenómenos desde diversas miradas y analizar los distintos componentes que los conforman, que les dan carácter. Así se cumplen los principios de la disciplina y se da respuesta a las preguntas clásicas: ¿dónde? ¿cuándo? ¿por qué? Ubicación, momento histórico, relaciones causales, flujos, dan sentido a una explicación a la que se llega gracias a la capacidad de síntesis propia de la geografía. El espacio geográfico es modificado por la acción humana, por eso se considera un espacio social el cual cambiará con el tiempo, según sean los procesos

históricos a que se haya visto sometido y la estructura social que en cada momento se asienta en él (Sánchez,1991).

Los estudios geográficos sobre turismo son relativamente recientes; van adquiriendo importancia cuando adquieren un valor significativo en las economías locales y globales y, bajo una perspectiva cuantitativa, se analizan los flujos de oferta y demanda y los valores de las infraestructuras de acogida (Hanna y del Casino, 2003). La geografía del turismo es una disciplina joven en el ámbito académico mexicano aun cuando el interés de los geógrafos europeos por el turismo data del siglo XIX. Hace 150 años J. G. Kohl señalaba "la fuerza transformadora del medio (que) tenían los desplazamientos de personas hacia un lugar determinado" (citado por Luis, 1987:9). En 1939 H. Poser escribía que "la definición geográfica del turismo tenía que incluir necesariamente tres aspectos: la concentración de personas no residentes habituales, la posición predominante de la función turística y, muy importante, la típica impronta de la imagen del lugar" (*ibid*.:14).

Los destinos turísticos son espacios que se construyen, se adaptan, se ocupan para el disfrute del ocio. Su base es el propio espacio moldeado por el hombre bajo unas circunstancias que varían en el tiempo y bajo diversas coyunturas, son espacios que tienen un ciclo de vida determinado, a veces de largo tiempo, otras de corta duración, pero sus huellas quedan y las sociedades que les han dado forma siguen esos mismos ritmos: perviven, desaparecen, cambian de actividad, buscan otros derroteros. Los espacios, como producto social, tienen una vida, por lo que hay que describir y diagnosticar la condición genética del paisaje (García Chiang, 2014). Al respecto, Halle y Page (2006:347) dicen que:

> Pensar en términos espaciales [es] ser capaz de ver las implicaciones de la distribución de cualquiera de las características del paisaje; ser capaz de cambiar de escala de pensamiento de acuerdo al fenómeno analizado; pensar los enlaces entre hombres y sistemas físicos que operan en el paisaje.

Algunos espacios originarios, territorios donde se pretende implantar la actividad turística presentan características físicas que condicionan en

primera instancia una vocación original que hay que "domesticar" para lograr el funcionamiento previsto: zonas boscosas, regiones tropicales, humedales, desiertos, montañas, lagunas costeras. Sus características determinan el tipo de obras de infraestructura a realizar para construir el nuevo destino, algunas son elementales, otras implican inversiones enormes. Importa el clima, importa el relieve, importa cada vez más la salvaguarda del entorno y se busca, al menos en la teoría, desarrollar destinos sustentables.

No todos los destinos turísticos son de nueva creación, ni mucho menos. En su mayor parte se trata de lugares, de localidades, que contienen atributos que los hacer atractivos para el disfrute del tiempo de ocio: cultura, costumbres, arqueología, gastronomía, historia. Y estos lugares se adaptan para un nuevo uso, diferente al tradicional, ya sea en zonas urbanas (en donde las diferentes acciones son menos notables) o en el medio rural en donde se van a dar cambios radicales en el modo de vida de los habitantes y en las características del paisaje tradicional. "El éxito mercantil obtenido a consecuencia de estos destinos alternativos consolidó la idea de que el turismo era clave para detonar el desarrollo económico" (Hernández, 2014:302).

En todos esos espacios debe haber una población, pre-existente o no, que cumpla las funciones de servicios que demanda la actividad turística. Así pues, los grupos humanos, sus características sociales, las características económicas previas al emplazamiento de la nueva actividad deben ser tomados en cuenta para la correcta planificación y funcionamiento del destino. Según Urry (1990:40):

> Existe una "fijación espacial" en los servicios turísticos. Por la movilidad del turismo, se consumen servicios turísticos sobre una base global y, por tanto, la industria es inevitablemente competitiva ya que cualquier lugar del mundo puede ser un atractivo turístico.

Desde la geografía, hay que preguntarse, entonces, bajo qué condiciones físicas, naturales, se desarrolla el turismo; bajo cuáles condiciones de vida de la población local; bajo qué tipo de actividades económicas

locales y regionales se pretende implantar un nuevo uso del suelo y de la sociedad centrado en el ocio de otros. Es necesario conocer si ese destino turístico corresponde a un plan oficial y está controlado por el Estado o bien participan en él desarrolladores externos.[4] Por último, y no por eso menos importante, a la geografía le interesa saber quiénes son o cuáles serán los motivos que tienen los turistas potenciales para visitar el destino para poder prever cómo van a influir en la vida de la población local. Como dice Williams (2009:9): "El estudiante de geografía del turismo debe estar predispuesto a adoptar una perspectiva multidisciplinaria al tratar de entender este fenómeno a la vez contradictorio y, a veces, enigmático".[5]

El turismo está generando modificaciones trascendentales en el uso del suelo y, por tanto, en las poblaciones concernidas. Hay que destacar la creación de enclaves, espacios cerrados, ocupados por el turista a los que la población de servicios accede por horas para laborar, pero no para disfrutar del ocio. El turismo genera una segregación espacial notable: por una parte, los espacios del ocio, por la otra, los espacios del servicio. Se empieza en los propios hoteles de lujo en los que el turista ignora que existe un espacio por el que circulan los empleados y a los que no se ve: el llamado *"back of the house"*. Más allá de los hoteles, lejos uno del otro, están los espacios donde viven los prestadores del servicio que no interfieren en la belleza del paisaje y así, los enclaves se transforman en "islas paradisiacas mitificadas por buena parte de la población local que vive distante de ellas" (Getino, 2002:116). Son claros los múltiples

[4] "La función económica del espacio turístico lo sitúa como sector de exportación y que es desde el exterior de dicho espacio desde donde acuden los consumidores" (Sánchez, 1991:224).

[5] Cabe hacer notar las enormes diferencias que "exigen" los distintos turistas según su propia cultura: modo de trato (sonreír o no, dar la mano a la mujer o no), costumbres culinarias (comidas *kosher* para el turista judío o para el turista musulmán), recientemente adaptarse a las costumbres de la creciente masa de turistas chinos, etcétera. Todas costumbres distintas que hay que aprender para satisfacer al cliente.

ejemplos, en particular en los destinos de sol y playa, en los que el acceso al mar queda restringido a los ocupantes de los grandes hoteles que se construyen siempre a pie de playa (al menos en México), sin dejar un paseo marítimo para el goce de toda la población, visitante o no. Esa ocupación lineal:

> Ha contribuido a la degradación estética y ambiental de estos espacios a la vez que agudiza los contrastes dentro de las propias regiones entre áreas dinámicas frente a la atonía e incluso el abandono de espacios rurales del interior, claramente desfavorecidos en la refuncionalización del territorio que impone la actividad turística (Vera *et al.*,1997:111).

Los factores de localización

Al igual que en la mayoría de las actividades humanas, la ubicación del lugar en donde se lleva a cabo la actividad turística es fundamental. Los factores de localización adquieren mayor o menor importancia según los casos, son condicionantes o incluso determinantes para el buen funcionamiento deseado y para determinar el monto financiero requerido para iniciar el proyecto de desarrollo del lugar. En particular, para el turismo, los factores de localización son básicos ya que el turista, el viajero, va hacia un espacio específico, sea este un espacio natural o un espacio social. Por eso el espacio se convierte en recurso y su calificación depende de las características que lo definen: factores físicos para todas las variantes del turismo de naturaleza; factores históricos y sociales para las modalidades del turismo cultural, urbano o rural. Al considerar el espacio geográfico como un espacio humanizado adquieren valor las acciones de las sociedades que lo han formado a través del tiempo, las huellas que quedan con el paso de la historia: sitios arqueológicos, ciudades coloniales, urbes, monumentos, edificios, trazados urbanos, que señalan otros ritmos de vida, otras costumbres. O bien, la pervivencia de una vida rural, de tiempos largos y tiempos cortos, de tiempos de siembra y de cosecha, que se va perdiendo ante la embestida de la globalización y que, por lo mismo, se convierte en un recurso atractivo.

La naturaleza, los muy distintos medios ambientes que ofrece el planeta atraen al visitante: otros climas más benignos, diferente vegetación, fauna que en las ciudades solo aparece en los parques zoológicos; ríos que recorrer, espacios "vírgenes" que descubrir, se localizan en lugares que por esas propias características se convierten en centros de atracción, y "no hay que olvidar jamás que lo peor que puede suceder a una región es que no interese a nadie" (Brunel, 2011:140).

El dónde es pues el factor primigenio del turismo, es el hecho que permite distinguir entre los distintos espacios de atracción que modelan el tipo de actividad que se va a desarrollar en ellos. Al mismo tiempo, puede ofrecer resistencias que convierten a esos lugares en espacios de rechazo, ya sea temporal o permanentemente, aunque como se mencionó antes, los espacios de repudio también se pueden convertir en lugares de atracción para un turismo oscuro. El *dónde* por sí solo no es el factor decisivo para la implantación turística: son las fuerzas del mercado, hoy globalizado, las que deciden la transformación de los espacios-recurso aún sea sin tomar en cuenta las alteraciones naturales y/o sociales a que ello pueda dar lugar.

La distancia es otro factor clave en el binomio país emisor-país receptor. Aun cuando se ve atenuada por la rapidez de los traslados y los avances tecnológicos de los medios de transporte, no deja de tener importancia a la hora de escoger un destino. El planeta se ha reducido en tiempo conforme la tecnología ha incrementado la velocidad de crucero de los aviones y, al mismo tiempo, la posibilidad de acceso a lugares otrora lejanos. Una excepción son las relaciones de continuidad física entre países vecinos que generan flujos e intercambios en las regiones fronterizas, así como la promoción de los viajes por carretera a destinos atractivos y cercanos. Otro tipo de distancias que son importantes para la actividad son las diferencias sociales, los abismos culturales entre visitantes y receptores; las diferencias gastronómicas tradicionales de cada grupo, el idioma (a pesar de la generalización del inglés como lengua de contacto).

La construcción, desarrollo, evolución, de un destino turístico está condicionada, si no es que determinada en algunos casos, por las características geográficas de los lugares escogidos para tal fin. Y, por carac-

terísticas geográficas, entendemos el sentido lato del término: es decir, todo lo que contiene del binomio hombre-naturaleza, en síntesis, los aspectos físicos, sociales, económicos y políticos del lugar y del momento, con sus efectos positivos y negativos:

> El turismo contribuye a afianzar el proceso de globalización y podemos promocionarnos como un destino turístico, pero también… para muchos, el turismo en sinónimo de depredación y de pérdida de valores culturales y por ende de la identidad regional (Urdaneta, 2010:54).

Los tipos de ocupación del espacio

"El espacio turístico se ha configurado mediante la funcionalización de territorios que anteriormente, o bien asumían otra función, o bien eran espacios marginales, es decir, que no eran utilizados de forma inmediata" (Sánchez, 1991:244) Los destinos turísticos se localizan en alguna parte, sitios que estaban anteriormente ocupados por la naturaleza, por grupos humanos, utilizados en otras actividades como agricultura, ganadería, industrias, urbes. Esos sitios sufren alteraciones en el momento en que son escogidos para convertirse o reconvertirse mediante grandes operaciones de planificación apoyadas por los propios estados o por el Banco Mundial y otros organismos internacionales, como ya se dijo antes. Tales operaciones dan lugar a una nueva tipología espacial en la que destacan ocupaciones lineales del espacio en el caso del turismo litoral; ocupaciones de tipo enclave cuando el destino no se relaciona con el entorno regional; espacios segregados dentro de otros espacios divididos por la calidad de las infraestructuras, por el uso que se da de ellos, por el tipo de sus ocupantes, por la calidad de los servicios. Espacios ocupados, de hecho, por segundas residencias para propios y extranjeros. Según Vera *et al.* (1997:213) esas operaciones de planificación "tienden a ser profundamente autistas en términos funcionales y en relación a su entorno". Los espacios del turismo esconden la realidad de la vida cotidiana al crearse y recrearse continuamente representaciones para los turistas (Hanna y del Casino, 2003).

Los efectos espaciales de la ocupación turística de los destinos varían en cada caso y no pueden generalizarse ya que son múltiples los factores que inciden en la conversión de ese lugar determinado en un destino concreto: ubicación, clima, relieve, vegetación, geología y suelos van dictando qué tipo de obras se requieren, alcance de las mismas, mantenimiento a futuro, etcétera. Los destinos litorales desarrollados en países tropicales pueden estar localizados en climas semiáridos o tropical lluvioso, en costas arenosas, pantanosas, con humedales, relieves suaves o abruptos. En cada caso, las necesidades son distintas, pero los efectos sobre el ambiente también lo son y deben ser tomados en cuenta.

En la tipología espacial también hay que considerar el factor humano que es al mismo tiempo causa y efecto del turismo: en los espacios urbanos, aún en poblados pequeños, la inversión turística modifica el uso del suelo, los ritmos cotidianos de vida, incorpora nuevas actividades anteriormente no vistas: los espacios rurales reconvertidos; los espacios industriales viejos, hoy centros comerciales; los poblados coloniales modificados en su estética para ser atractivos; urbanizaciones costeras ocupadas solamente unos cuantos meses al año y después abandonadas hasta la siguiente temporada. O sea, que los espacios del turismo tienen una vida propia en el sentido de que oscilan entre los períodos de ocupación y los períodos "muertos" o de temporada baja; el espacio responde, pues, a la aleatoriedad intrínseca del turismo.

Otro factor que influye cada vez más en la creación de nuevos espacios turísticos es la transición demográfica, debida al incremento de la esperanza de vida, que da lugar a un mayor número de personas de edad avanzada para los que el turismo es "uno de los medios y fines principales en la nueva jornada de sus vidas" (Jafari, 2005:52). Esta es una de las causas del desarrollo de espacios de segunda residencia, particularmente en litorales cálidos.

El factor humano es, por tanto, también decisivo en la creación de espacios para el turismo. Hall y Page (2006:355) consideran que influyen tanto los factores sociales como culturales y que el futuro del turismo está marcado por el envejecimiento de la población mundial: se incrementa el turismo de cruceros, las segundas residencias, casas de retiro y

la previsión de instalaciones de salud para jubilados "pueden ser importantes en el desarrollo de estrategias de los destinos".

Maneras de acercarse al turismo desde la geografía

> *Difícilmente se encuentra un lugar en la Tierra –incluso en las regiones más pobres o deshechas por la guerra– que no haya sido tocado por los tentáculos de la industria turística.*
>
> C. Gibson

> *Incluso la miseria se convierte en un atractivo turístico.*
>
> S. Brunel

El enfoque inicial para acercarse al fenómeno turístico desde la perspectiva geográfica es, desde luego y desde las muy distintas escuelas de pensamiento, considerar *dónde* se lleva a cabo la actividad. La ubicación tanto de los destinos como de las fuentes emisoras de turistas permite definir una primera tipología que va a dirigir los análisis posteriores y el conjunto de variables que han de ser tomadas en cuenta. Los lugares, las regiones, los países, poseen características propias que son diferentes en algún grado a las de los demás, que dan a cada uno de ellos una calidad de atractivos que asegura su individualidad y su permanencia en el mercado. Dice Urry (1990:145): "una división internacional de sitios turísticos ha surgido en las últimas dos décadas".

Hay que considerar, asimismo, la escala de análisis: el fenómeno turístico puede ser estudiado desde una perspectiva planetaria (como cuando se dice que el sector genera el 9% de la economía global, uno de cada once empleos y mueve a más de mil millones de viajeros al año).[6] Cada país concernido establece sus propias variables para definir la actividad en su territorio, la importancia que tiene la actividad en el conjunto de la economía y la sociedad, las políticas que van a dirigir la acción del Estado y de las inversiones privadas: es la escala de análisis nacional o

[6] Fernández Rubio (2015).

regional. Por último, el destino en sí, con su propio *hinterland*, deben ser vistos a escala local, es decir a mucho mayor detalle que los dos anteriores enfoques.

A partir de la ubicación, del dónde específico, los trabajos geográficos pueden derivar en un análisis de la naturaleza, de la sociedad, de la economía del lugar; pueden tomar en cuenta el origen de los flujos de turistas, su temporalidad y su volumen, entre otras variables.

Respecto a las características del medio, interesa conocer el clima (temperaturas, temporadas de lluvias y secas, presencia de huracanes o no, inviernos largos o cortos, etcétera), el relieve (litorales de playa o de acantilados, montañas, llanuras), la vegetación predominante (selvas, sabanas, bosques, tierras de cultivo). Cada elemento natural imprime una "vocación" al destino: turismo de sol y playa; ecoturismo; turismo de aventura; atractivo de los parques naturales o nacionales. Es el elemento clave para el desarrollo del denominado turismo sustentable y de las llamadas continuas a la protección del ambiente.

Las sociedades de acogida a su vez caracterizan los destinos y se convierten ya sea en la mano de obra necesaria para que el destino funcione correctamente, o bien, son en sí mismas un atractivo y fomentan un mercado, por su historia (arqueología, vida colonial, etnicidad, costumbres), por su ruralidad o por ser centros urbanos de valor mundial. Para calificar el destino desde el punto de vista social son muchas las variables que el geógrafo puede analizar: cantidad de población, grupos de edad, calidad de la educación, capacitación, niveles de bienestar, infraestructura educativa y de salud.

Puesto que la generación de divisas y de empleos es uno de los *leitmotiv* de las políticas oficiales, el análisis económico es fundamental. Muchas son las vertientes que pueden o deben ser estudiadas geográficamente: una de las más importantes es el análisis de las actividades prevalecientes en el destino y su *hinterland* antes del emplazamiento del sector turístico y cómo se ha refuncionalizado la región. Ello implica una modificación de los modos y ritmos de vida, de la estructura de la población activa, de las ramas económicas, de la calidad de la infraestructura de acceso (carreteras, aeropuertos, puertos) y de las obras que

requiere un lugar que recibe una cantidad de población flotante temporal que demanda servicios municipales de calidad y en cantidad suficiente, que necesita hoteles de diversas calidades (desde los de gran lujo a las pequeñas pensiones), lugares para la restauración, los comercios, además de toda una infraestructura de abasto para el turista y para la población local, provisión que muchas veces viene de fuera de la región. Y cuando lo que caracteriza a un sitio determinado no es suficiente, según los controladores internacionales, se crean espacios ficticios, atracciones temáticas que "(no) se refieren necesariamente a los procesos históricos o geográficos actuales [pero en las que] los objetos observados deben parecer reales y absolutamente auténticos, las escenas son hiper reales" (Urry, 1990:145-146).

> La posibilidad de desvincularse de una realidad permanente, permite al individuo adentrarse en otra realidad, acercarse a esas imágenes colectivizadas y convertirlas incluso en realidades momentáneas, como las visitas a los parques de Disneylandia… en los que puede deambular por los castillos y convivir con personajes imaginarios como si fueran reales…, lo importante es que la realidad momentánea tenga alguna correspondencia con la realidad ofrecida por los medios masivos. El turismo no pretende falsear la realidad real, sino corresponder a la realidad construida por los medios masivos (Osorio, 2010:93).

Vale la pena hacer mención de los espacios de atracción creados en los centros urbanos no necesariamente turísticos en los que los "urbanitas" han cambiado los espacios de ocio tradicionales, parques, balnearios, por paseos dentro de los centros comerciales, *malls* a la manera norteamericana, aunque no compren nada o consuman solamente un helado: es el nuevo paseo de los domingos y días de fiesta. Hay un componente clasista y aparecen tipos distintos de *malls* en calidad de contenidos y oferta de marcas según la zona de la ciudad en donde se localizan. Pero son también un atractivo turístico.

La geografía está íntimamente ligada al devenir de la actividad turística. No sólo el espacio natural es su sustrato, sino que las personas que

lo ocupan y lo caracterizan son elementos básicos tanto para su funcionamiento como elemento de atracción o de rechazo. El turismo es una actividad aleatoria, una actividad de temporadas para los visitantes como para los que lo sirven, implica temporadas de trabajo y temporadas de ocio, marcadas por el clima o por los ciclos económicos. Los destinos turísticos son espacios que laten a esos ritmos.

SEGUNDA PARTE:
EL TURISMO EN MÉXICO

México es por mucho el país subdesarrollado más popular por los beneficios [que obtiene] por su frontera con los Estados Unidos.

D. Harrison

En los últimos setenta años México ha pasado de tener una economía basada en la exportación de materias primas agropecuarias y minerales, a una que depende de tres elementos fundamentales: la exportación de petróleo, las remesas que envían los millones de trabajadores legales e ilegales que viven principalmente en los Estados Unidos de América y el turismo, tres elementos que se caracterizan por su profundo carácter coyuntural, como demuestran en estos años de crisis los altibajos en los precios del energético, la disminución del número de turistas debida tanto a los problemas financieros de los países emisores como a factores tales como pandemias e inseguridad, y la pérdida de empleo de los migrantes por la crisis y el recrudecimiento de los controles de entrada al vecino país del norte que reducen el monto de las remesas enviadas a México. Es indudable, no obstante, que el turismo es hoy día uno de los motores de la economía nacional, un modificador del uso del territorio y de sus habitantes.

El país se convirtió en poco tiempo en uno de los líderes del turismo internacional debido a la riqueza de recursos con que cuenta: desde sol y playa y una enorme biodiversidad, hasta una muy vasta oferta de atractivos culturales. Por ello, el Estado mexicano tiene una larga historia de política turística destinada a promover la actividad, generar divisas y empleos y estimular el crecimiento regional; sus acciones no han sido continuas, sino que han sufrido altibajos de acuerdo al momento (no sólo nacional sino también internacional), según hayan sido o sean las priori-

dades de las distintas administraciones. Esas políticas han dado como resultado acciones positivas que permiten se mantenga la importancia del sector, pero también han ocasionado desaciertos, resultados no previstos, tanto en el territorio y en el ámbito social y económico como en el manejo del ambiente. Un signo distintivo de las políticas turísticas de México es que van dirigidas a captar al turista extranjero, al mercado externo y "han privilegiado los efectos económicos de los turistas, pero descuidado los impactos económicos, sociales y ambientales" y el mercado interno está poco considerado (Molina, 2007:18).

Ya se ha mencionado antes que en la actividad turística inciden numerosos factores y agentes. En particular en los países receptores, hay que considerar dos esferas: la del Estado y la de los capitales. El primero actúa dictando, en primera instancia, las directrices que debe seguir el sector, participa en la búsqueda de espacios –nuevos o tradicionales– que se dedicarán al turismo, ofrece las políticas de apoyo gubernamental necesarias, crea organismos *ad hoc*. Participa en todas las etapas, desde el origen hasta el desarrollo del destino, pero lo hace de acuerdo a normas que dependen de la coyuntura, del momento histórico. La segunda esfera es la de los capitales: desde el interés de los capitales nacionales en invertir en el sector, y la participación de las grandes compañías transnacionales, todos ellos bajo las normas dictadas por organismos como el Fondo Monetario Internacional o el Banco Interamericano de Desarrollo.

III. PRINCIPALES ACTORES EN EL TURISMO MEXICANO

En cada momento histórico se ha llevado a cabo una política territorial de acuerdo con el marco general de la economía y del contexto político interno de cada país.

F. López Palomeque

Como resultado de la evolución histórico-económica del país a lo largo del siglo XX y lo que va de esta segunda década del siglo XXI, el Estado mexicano ha participado de manera fundamental en las actividades turísticas. Cuando se determinó que el turismo debía ser la base para los planes nacionales de desarrollo, se favorecieron medidas *ad hoc* tanto de orden político administrativo como de inversión en la creación de infraestructura. Hoy día, a pesar de mantenerse el discurso oficial, la participación del Estado ha ido disminuyendo y cede el paso a los otros actores, gracias a la aplicación de las políticas neoliberales dictadas por el Fondo Monetario Internacional, las cuales implicaron:

> … una fuerte repercusión en el sector público –sobre todo en las áreas de planificación–… La racionalidad y reducción del gasto afectó muchas de las actividades que en ese momento se planeaban como importantes para el análisis y seguimiento de las actividades turísticas en el país… [y] A partir de esas fechas se inicia una activa campaña de desincorporación de activos, que se ha mantenido hasta la actualidad (SECTUR, 2000:54-55).

En los años 1920 y 1930 los gobiernos posrevolucionarios iniciaron algunas tímidas acciones como fueron la creación de una Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (1923), la promulgación de la Ley de Migración en la que se especifica por primera vez la calidad de turista (1926) y la creación de una Comisión Pro Turismo en 1929, pero no es sino hasta el final de la Segunda Guerra Mundial cuando se impulsa decididamente la actividad turística, hecho que se relaciona con el incremento del número de viajeros provenientes de los Estados Unidos. A partir de entonces, la evolución del turismo en México estará marcada por un calendario particular: el de cada periodo presidencial que le va a imprimir sus propias características, su importancia en el contexto de la vida nacional, y va a determinar, incluso, la puesta en valor de lugares específicos para el desarrollo del turismo.

El Estado mexicano: las principales directrices para el turismo[7]

A lo largo de la primera mitad del siglo pasado, el Estado se propone el desarrollo de la actividad con el fin de obtener divisas que ayuden a equilibrar la balanza de pagos y contribuir al proceso de industrialización del país en los años en que se aplican proyectos comunes a toda América Latina dentro del marco de la política de "sustitución de importaciones", así como también para poder generar empleos con poca inversión. Se habla del turismo como uno de los pilares del desarrollo regional al considerar que dará lugar a una reacción en cadena de actividades económicas complementarias. Se estimula el crecimiento hotelero mediante la disminución de aranceles para la importación de artículos para la construcción, la reducción de impuestos sobre alojamiento y el establecimiento de políticas crediticias para incrementar la capacidad de hospedaje, y se construyen

[7] La información acerca de la evolución de las políticas oficiales del Estado mexicano proviene fundamentalmente de dos fuentes: la Secretaría de Turismo, en sus diversas publicaciones textuales o en línea, y el trabajo de Miguel Torruco (1988), así como de otros autores, como Jiménez (1993), entre otros. Véanse las referencias al final de esta obra.

nuevas carreteras destinadas a la entrada de turistas por vía terrestre, antes de la época del *boom* de la aviación comercial (SECTUR, 2000:44-45):

> La política de desarrollo turístico seguida por el Estado mexicano... intenta aminorar ciertas contradicciones inherentes al sistema, así como apoyar a la iniciativa privada al pretender, entre otras cosas, el desarrollo industrial y agrícola, la generación de empleos, la redistribución del ingreso y nivelar la desigualdad regional. Para esto no sólo el Estado se convierte en inversionista directo, principalmente en la infraestructura, sino que es una de las principales fuentes de financiamiento –bien con capital propio o con el obtenido a través de créditos tanto nacionales como extranjeros– y, por último, crea con facilidad instituciones oficiales especializadas para sus programas (García de Fuentes, 1979:20).

Durante el periodo presidencial de Manuel Ávila Camacho (1940-1946) se inicia la construcción de hoteles, restaurantes, bares y agencias de viajes. Aparecen nuevas opciones de actividad como la de guía de turistas, misma que se acompaña con la creación de transportes dedicados únicamente para el traslado de los visitantes a las zonas de interés. En ese momento, hay que destacar los lugares cercanos a la ciudad capital, como Xochimilco, Cuernavaca, o sitios arqueológicos como Teotihuacán. Pero no existe todavía una norma, una planeación que controle la actividad y, según Torruco (1988:40), se crean las bases de lo que años más tarde se convertirán en problemas de difícil solución.

Cada periodo presidencial va a imprimir su impronta en la actividad creando o desapareciendo organismos estatales, impulsando la construcción de nuevos destinos, modificando leyes, etcétera (Tablas 2, 3 y 4).[8]

Un periodo decisivo para la "vocación" turística del país es el de Miguel Alemán Valdés, quien promueve Acapulco como centro del turismo internacional, en particular para el mercado norteamericano, lo que le vale recibir el título de "*Mister* Amigo". Son los años en que se bus-

[8] Los datos presentados provienen principalmente de las obras de Torruco, Jiménez y SECTUR.

Tabla 2. Etapas presidenciales 1946-1970; principales acciones y destinos promovidos.

Presidente/Periodo	Acciones concretas/Destinos creados
Miguel Alemán 1946-1952	Comisión Nacional de Turismo Comité Ejecutivo Primera Ley Federal de Turismo (1949) Dirección General de Turimo > Departamento de Estado de Turismo Acapulco
A. Ruiz Cortines 1952-1958	Fondo de Garantía de fomento al turismo: FOGATUR
A. López Mateos 1958-1964	Compra de la Compañía Mexicana de Aviación Departamento Autónomo de Turismo Nueva Ley Federal de Turismo (1961) Plan Nacional de Desarrollo Turístico (1962)
A. Díaz Ordaz 1964-1970	Inician los estudios para crear los Centros Integralmente Planificados

ca la modernización del país mediante un proceso de industrialización, la construcción de algunas carreteras, la "reducción de impuestos sobre nuevos alojamientos destinados a turistas y establecimiento de un banco de crédito turístico con el objeto de facilitar la edificación, construcción, y adaptación de hoteles, posadas y restaurantes" (Jiménez, 1993: 37-38). Acapulco es el reclamo del turismo internacional, está de moda y lo visitan personajes de la política y el cine.

La administración de Adolfo Ruiz Cortines se caracteriza por la desaceleración de la economía en su conjunto; con pocas obras importantes y con una nueva concepción del turismo, un enfoque moralizador para que el "viajero disfrute de nuestras bellezas naturales y las diversiones honestas" (Jiménez, 1993:38). Para el siguiente periodo, Adolfo López Mateos vuelve a tomar medidas conducentes al crecimiento de la actividad y opina que "el turismo no debe fincarse en fines de explotación o de vicio, sino fundamentalmente en un concepto elevado que crea lazos culturales y una mejor comprensión entre los pueblos" Al mismo tiempo señalaba que "sería imprudente fundar la economía de una región de un

Tabla 3. Etapas presidenciales 1970-2000, principales acciones y destinos promovidos.

Presidente/Periodo	Acciones concretas/Destinos creados
Luis Echeverría Álvarez 1970-1976	Fondo de Promoción de la Infraestructura Turística, INFRATUR Ley Federal de Fomento al Turismo (2974) Dirección General de Turismo Social FOGATUR + INFRATUR = FONATUR Secretaría de Turismo Carretera transpeninsular Baja California CIP Cancún CIP Ixtapa-Zihuatanejo
José López Portillo 1976-1982	Nueva Ley de Turismo (1980) Nacional Operador Nacional Restaurantera Banco Nacional de Turismo, BANTUR Loreto-Napoló; San José del Cabo
Miguel de la Madrid 1982-1989	Nueva Ley Federal de Turismo (1984) Desaparece el Consejo Nacional de Turismo Liquida BANTUR, Nacional Operadora, Nacional Restaurantera Liquida Naional Hotelera Autoriza llegada de vuelos "charter" del extranjero Bahías de Huatulco
Carlos Salinas de Gortari 1988-1994	Nueva Ley Federal de Turismo (1992) Modificación de las leyes agrarias (tenencia de la tierra) Firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte En proyecto: Escala Náutica
Ernesto Zedillo 1994-2000	Consejos Consultivos Estatales de Turismo Consejo de Promoción Turística de México Sierra Tarahumara; Mundo Maya

país en el predominio absoluto de una actividad por productiva que sea" (Jiménez, 1993:68-69).

El Estado enfrenta en los años sesenta, periodo de Adolfo López Mateos, un desbordado crecimiento demográfico, la migración a las ciudades y el consecuente aislamiento y abandono del campo. El turismo se convierte en la actividad que puede incorporar rápidamente a personal

Tabla 4. Etapas presidenciales 2000-2016, principales acciones y destinos promovidos.

Presidente/Periodo	Acciones concretas/Destinos creados
Vicente Fox Quezada 2000-2006	Consejo para la Promoción del Turismo de México Mundo Maya, Pueblos Mágicos, Ruta de los Dioses Litibú-El Capomo, Escala Náutica
Felipe Calderón H. 2006-2012	Consejo Consultivo de Turismo Nueva Ley Federal de Turismo (2009) FONATUR vuelve a cofinanciar inversiones hoteleras con consorcios internacionales
Enrique Peña Nieto 2012-2018	"Renacimiento" de Bahías de Huatulco y Loreto

poco o nada calificado con un costo de inversión relativamente bajo. Con una política de capitalismo de Estado, incrementa su participación directa en la tenencia y operación de empresas. Debido a la participación notoria del ex presidente Alemán en empresas turísticas y su relación con diversos sectores de los Estados Unidos lo nombra presidente vitalicio del Consejo Nacional de Turismo.

Poco se hace a lo largo del siguiente sexenio, el de Gustavo Díaz, a pesar de que dos eventos deportivos atrajeron un importante número de turistas: los Juegos Olímpicos de 1968 y el campeonato mundial de fútbol de 1970. Se sientan las bases de un desarrollo en infraestructura turística cuando inicia la etapa de estudio de los llamados Centros Integralmente Planificados, CIP, que se crearán para servir de polos de desarrollo y que estarán a cargo de funcionarios del Banco de México.

> Otro mecanismo empleado por el Estado para favorecer el desarrollo del turismo… es el decreto que firmó el Ejecutivo Federal en abril de 1971 por lo que se autoriza la constitución de fideicomisos por parte de las instituciones nacionales de crédito, a través de los cuales podrá incrementarse la inversión –nacional y extranjera– en las costas sin con-

> travenir la norma constitucional que prohíbe a los extranjeros adquirir en propiedad bienes raíces en la franja costera. FONATUR, por estas y otras razones, es el encargado de adquirir y administrar los bienes inmuebles necesarios para el desarrollo turístico (García, 1979:23).

La consolidación del desarrollo turístico se debe a las acciones del presidente Luis Echeverría Álvarez: se impulsa el turismo de masas y se inserta el mercado turístico mexicano a gran escala en el mercado internacional para lo cual da cauce legal a la adquisición de tierras en costas y fronteras por extranjeros (Jiménez, 1993:114). FONATUR es un fideicomiso que funciona como banca de segundo piso y es el "… organismo ejecutor de los programas de desarrollo turístico integral y de financiamiento de las inversiones turísticas, así como de asistencia técnica a organismos del sector público, privado y social" (Torruco, 1988: 57). Molina (2007*:*34) considera que todos los centros integralmente planificados "tuvieron un común denominador: se estructuraron a partir del eje avión-hotel-playa… su acceso por tierra era difícil, razón por la cual fueron principalmente orientados para mercados externos, principalmente norteamericanos".

> Uno de los componentes clave de la instrumentación de los polos turísticos tenía que ver con los efectos espaciales que debían generarse en (su) periferia… No trataban sólo de colonizar nuevos espacios para el turismo y de crear enclaves sin mayores vínculos con las áreas rurales (vecinas), sino de una estrategia integral que comenzara a partir de una dinámica mayor de los polos (que) repercutiría en efectos económicos en su periferia (*ibid.*:35).

En 1980, José López Portillo reforma por cuarta vez la Ley Federal de Turismo que norma, ya dentro de un esquema neoliberal, "… aquellas inversiones turísticas que a juicio de la propia Secretaría de Turismo deban gozar de estímulos fiscales…" (Molina, 2007:58). Miguel de la Madrid Hurtado inicia las obras del nuevo polo de desarrollo de Bahías de Huatulco en la costa de Oaxaca. Al mismo tiempo, cambia las reglas del

juego y la intensidad de la participación del Estado para ajustarse a las normas del esquema neoliberal, con lo cual el crecimiento de este último destino queda comprometido y no se cumplen las metas propuestas en el plan maestro correspondiente.

La administración de Carlos Salinas de Gortari impulsa la participación activa de la iniciativa privada en detrimento de la del Estado: descentraliza las funciones de la Secretaría de Turismo, y estimula la participación de los gobiernos estatales; se cede la construcción de carreteras a la iniciativa privada, y se privatizan las instalaciones portuarias y aeroportuarias. Una nueva disposición legal autoriza la venta y enajenación de terrenos ejidales y comunales, paso decisivo para la modificación del ordenamiento del territorio nacional y la orientación hacia la especulación inmobiliaria con vistas a futuros desarrollos urbanos y turísticos.

Durante el período del presidente Ernesto Zedillo Ponce de León se procuró descentralizar la gestión del turismo y se dejó el manejo de la actividad a la discreción de los gobiernos locales. No obstante, al final de su mandato, en 2000, se autorizó la creación, con participación estatal mayoritaria, de la empresa Consejo de Promoción Turística de México, para planear, diseñar y coordinar con la SECTUR las estrategias de promoción turística dentro y fuera del país.

El Plan Nacional de Turismo de Vicente Fox Quesada considera al turismo como "prioridad nacional" y "… siguió constituyéndose como un gran polo de atracción de la inversión privada para la expansión de la infraestructura y la diversificación de nuevos productos turísticos con estándares de nivel internacional"; se difunde la Marca México en el mundo como destino turístico.

El presidente Felipe Calderón una vez más, considera el turismo como prioridad nacional, se continúa con la promoción de la campaña Vive México en los principales foros mundiales.

Enrique Peña Nieto (2012-2018), considera prioritaria la actividad turística ya que genera el 8.1% del producto interno bruto y más de 2.2 millones de empleos. Pero, en los últimos años se ha debilitado la competitividad del sector en el *ranking* mundial por lo que plantea fomentar un mayor flujo de inversiones y el financiamiento y la promoción eficaz

de los destinos turísticos, impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social también para las comunidades indígenas y rurales. Propone fortalecer el turismo interno a través de productos turísticos como "turismo de bodas, cinegético, de golf, el deportivo, el de lujo, el de gastronomía y el turismo de salud…". Desde luego, se espera que la incitativa privada participe en inversiones orientadas a "hoteles, marinas, campos de golf, restaurantes, complejos habitacionales de segunda residencia, parques de diversiones, museos, entre otras". Asimismo, considera que "esta actividad genera cadenas de valor que incluyen tanto las zonas indígenas más apartadas, como la industrial, pequeños comercios, servicios y llega hasta los grandes hoteles" (Peña Nieto, 2014; SECTUR 2004a; 2004b; Paredes y Espinosa, 2015).

La suma de todas las medidas políticas, normativas, administrativas, de las últimas siete u ocho décadas, traduce una inmovilidad en el desenvolvimiento de la actividad turística. Por una parte, no hay continuidad en los planes de desarrollo, ya que se crean destinos reales o en el papel, y aun antes de que se consoliden se establecen otros en diversas regiones del país. Siempre son proyectos a largo plazo, con cifras esperanzadoras de arribo de turistas sobre todo extranjeros, de inversiones millonarias, de construcción de numerosos cuartos de hotel o residencias, amén de campos de golf. Lo más reciente es la nueva atribución que se otorga a FONATUR para que regrese a funcionar como banca de desarrollo en lo que se refiere a la construcción de hoteles, al participar con el 50% de la inversión que llevarán a cabo grandes consorcios internacionales, en particular de capital español.

Predomina en cada etapa un discurso optimista en cuanto a los alcances esperados por las acciones previstas siempre a futuro. Los discursos permanecen más o menos semejantes, si bien es cierto que se van incluyendo ciertos términos de acuerdo con el momento: turismo sustentable, valoración ecológica, y últimamente, se resaltan las acciones de naturaleza "transversal". De hecho, las políticas del Estado mexicano no se han apoyado en acciones efectivas lo que las lleva a convertirse en meras palabras. A lo largo de estas décadas se han creado, recreado o finiquitado organismos, pero el enorme aparato burocrático pervive. Las conclusiones de un análisis serio ponen de manifiesto que en el propio

sector gubernamental se considera que no hay claridad en la política turística puesto que involucra al menos a catorce organismos públicos que se vinculan con aspectos tan disímiles como inversión en infraestructura y equipamientos, seguridad pública y uso y conservación del patrimonio natural y cultural. "La falta de coordinación, la duplicidad de esfuerzos, así como los vacíos de regulación jurídica, son temas que es necesario resolver…" (SECTUR, 2000:10).

Desde el punto de vista de la geografía, los Centros Integralmente Planeados (CIP), consolidan un modelo territorial de enclave, concepto de vital importancia porque, efectivamente, los principales centros turísticos del país se han transformado en nodos que atraen inversiones muy fuertes, pero que no repercuten notoriamente en la región que los alberga porque no se reconocen las singularidades, las características específicas de esas regiones y sólo se consideran prioritarios los fines economicistas, mercantiles y financieros del propio enclave. La única excepción a la regla es el caso de Cancún-Riviera Maya, que sí ha reconfigurado la economía de Yucatán; Garcia de Fuentes y Morales (2000) consideran que Cancún si creció y si bien no detonó un desarrollo equilibrado en su entorno inmediato, fue la base de la reestructuración de la economía de Yucatán, que estaba en plena crisis henequenera.

FONATUR, la clave para el funcionamiento del sector

Si no fuera por FONATUR, este lugar ya no existiría.[9]

FONATUR es el agente del Estado primordial en la consolidación del turismo de sol y playa. Se constituyó en 1971 con aportes del gobierno federal y de los estados y municipios, con créditos de fuentes nacionales e internacionales y con recursos provenientes de las operaciones de inversión de sus propios fondos. Su objetivo fundamental es la promoción del desarrollo de los proyectos turísticos.

Las acciones de FONATUR han sido fundamentales en el devenir de la actividad turística en México. Incluyen desde la localización de los

[9] Opinión de un habitante de Bahías de Huatulco. Comunicación personal, 2014.

nuevos sitios a desarrollar hasta toda una gama de acciones tendientes a la instrumentación, creación de infraestructuras, comercialización de terrenos, subastas, facilitación de inversiones hoteleras, etcétera. Esto implica, en primera instancia, la modificación del *status* legal de las tierras donde se va a llevar a cabo el desarrollo turístico.[10] A FONATUR se le otorgaron los instrumentos necesarios para expropiar las tierras concernidas por lo que se ha llamado *interés público*, y propiciar drásticos cambios en el uso del suelo. En 1977, para lograr mayor eficacia en su funcionamiento, FONATUR[11] creó tres empresas filiales: FONATUR Mantenimiento S.A. de C.V., FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V. y FONATUR Constructora, S.A. de C.V. La primera presta servicios de conservación y mantenimiento de muebles e inmuebles de los Centros Integralmente Planeados; las principales actividades que realiza son conservación y mantenimiento de la infraestructura urbana, operación de los sistemas de agua potable, viveros, alumbrado público, servicios de vigilancia y la operación de plantas de tratamiento de aguas residuales y de aguas negras.

FONATUR Operadora Portuaria da servicios náuticos y portuarios a las marinas de la costa del océano Pacífico, las creadas en el Golfo de California, correspondientes a la denominada Escalera Náutica (véase *infra*) así como a Mazatlán. San Blas y Chahué en Bahías de Huatulco, Oaxaca. No obstante, la realidad ha obligado a esta filial a reconsiderar sus planes y se prepara para desinvertir en las API por la baja rentabilidad y las pérdidas económicas que enfrenta sobre todo por el descenso en el arribo de cruceros debido a la inseguridad del país:

> El mal comportamiento de las marinas (del Golfo de California o Mar de Cortés) se debe a que desde 2007 se acordó dejar de invertir en el

[10] No es este el lugar para analizar la problemática de la tenencia de la tierra en México, sólo se deja planteada por considerar que es un elemento fundamental en las repercusiones que tiene la actividad turística en las poblaciones locales, sobre todo en el medio rural campesino. Muchos de los conflictos latentes en algunos de los destinos tienen su origen en la tenencia de la tierra.

[11] La información utilizada en estas líneas proviene del propio FONATUR: www.fonatur.gob.mx, consultas en diversas fechas.

> proyecto… todos los intentos de salir fueron infructuosos y solamente generó un deterioro de las instalaciones lo que disminuyó su competitividad (www.reevolucion.mx: 30/06/2015).

Por su parte, FONATUR Constructora S.A. de C.V., reestructurada en 2007, "prestará todo tipo de servicios relativos a la construcción, edificación y demolición de instalaciones e infraestructuras… que requieran organizaciones, dependencia y entidades, empresas, así como la realización de obra pública" (www.fonaturconstructora.gob.mx).

Hoy la actividad principal de FONATUR es la de promover la venta de los destinos creados como CIP, luego otros denominados API (Administración Portuaria Integral), sin dejar en el discurso de justificar esas acciones con los manidos temas de desarrollo regional, desarrollo sustentable, atención a las comunidades, etcétera. Si bien, por una parte, desincentiva las marinas, por la otra lanza licitaciones para la construcción de dos hoteles de uno de los destinos recientemente ofertados: Playa Espíritu en Escuinapa, Sinaloa (www.dineroenimagen.com: 11/04/2015).

El Fondo es una agencia inmobiliaria que promueve la venta de terrenos para construcción de grandes hoteles y, de manera creciente, lotes destinados a segundas residencias. Pero lo hace con la creciente oposición de diversos sectores, incluso dentro del mismo organismo, que reclaman una renovación del Fondo, por considerar que "el modelo de FONATUR ya está gastado y no responde a las necesidades actuales de los turistas. Sólo se ha dedicado a crear zonas hoteleras… ahora se necesitan destinos integrales donde no haya una división inmensa entre la zona turística y la habitacional…" (Sánchez, 2013:4).

Un giro en la administración del turismo ocurre a partir de diciembre de 2015 con el nombramiento de un nuevo secretario del ramo, Enrique de la Madrid, quien declaró recientemente que el Estado mexicano invertirá en la construcción de hoteles en aquellos destinos que carecen de una infraestructura adecuada, como es el caso de Bahías de Huatulco, destino seleccionado como piloto del nuevo plan, "en un nuevo esquema de financiamiento destinado principalmente a empresas que ya han invertido en terrenos… pero que todavía no han construido hoteles. Si este

programa tiene éxito se hará extensivo a otros destinos que necesitan un impulso como Loreto o Ixtapa-Zihuatanejo" (www.reportur.com, 2016) (véase *infra*).

Los agentes del capital privado gestores de la actividad turística

Las primeras fases de la construcción de un destino turístico corresponden, como se ha mencionado, al Estado mexicano: localización, adquisición de las tierras, creación de las infraestructuras de acceso y urbanas. Lo que sigue, hoteles, sobre todo los de cierto nivel, restaurantes, servicios especializados, recaen sobre la iniciativa privada, en particular desde la década de los años 1980. Antes de eso, el Estado también participaba en la construcción de hoteles y otras obras de acogida al turista. Después, lo deja en manos del capital nacional y de las grandes empresas trasnacionales integradas verticalmente, las cuales se caracterizan por alianzas estratégicas entre cadenas hoteleras, líneas aéreas y tour operadores, a las que se suman las líneas de cruceros y los sistemas internacionales de reservaciones; este sector privado será el responsable de la inversión, la promoción, la operación y el funcionamiento de la actividad turística.

El sector privado es el responsable de la inversión, la promoción, la operación y el funcionamiento de la actividad turística aun cuando la competencia entre los diversos grupos empresariales conlleva una lucha por los mercados y ejerce presión sobre los gobiernos locales para obtener mejores condiciones de solvencia para sus inversiones; influyen en la puesta en vigor de legislaciones que los favorecen tanto en lo que respecta a impuestos como a medidas de control ambiental.

> Las organizaciones transnacionales son capaces de influir en la práctica de la industria [turística] y en la legislación de los gobiernos nacionales, mientras que los establecimientos locales no pueden generar cambios en la industria [turística] aun cuando adapten su propia práctica en respuesta a las presiones externas. Los tour operadores del norte tiene rápido acceso a la clientela, mientras que los tour operadores del Tercer

> Mundo gastan mucha energía tratando de captar el volátil mercado de los turistas del Primer Mundo (Mowforth y Munt, 2009:184).

La inmensa mayoría de los hoteles de capital nacional, local, carecen de una capacidad financiera lo suficientemente fuerte como para competir con las grandes cadenas hoteleras cuyo poder comercial se centra en su marca:

> El que alguna propiedad pertenezca a una cadena, fácilmente identificable, ejerce un poder sin igual en el momento en que los posibles huéspedes deciden donde alojarse, en especial cuando se trata de visitantes extranjeros y de alto poder adquisitivo… lo que se promociona es la imagen de la marca, del nombre del consorcio hotelero; esto posibilita ofrecer un producto homogéneo en todos los países donde tienen intereses (Propín, López y Sánchez, 2004:128).

La Organización Internacional del Turismo acepta que muchos de los acuerdos regionales, como el TLCAN o el Acuerdo sobre Aranceles y Comercio, GATT, debilitan las medidas locales de protección ambiental, social y económica y favorecen y benefician las inversiones extranjeras (Honey).

México es un destino muy apreciado no sólo por los atractivos de sol y playa sino por una enorme riqueza cultural; por ello, además de numerosos hoteles pequeños, medianos, casas de huéspedes, etcétera, es sede de las principales cadenas hoteleras internacionales a las que hay que añadir algunas de capital nacional asociadas al capital extranjero (Tabla 5).

Los tour operadores "… más que cualquier otra institución, han contribuido a que el turismo haya pasado de considerarse como un artículo de lujo a ser una necesidad… Los limitados datos globales disponibles hacen que sea difícil medir y evaluar (su) impacto en el turismo internacional" (Cavlek, 2005:119-120). Las compañías de tour operadores "han hecho un uso exitoso de las nuevas tecnologías de transporte aéreo por jet y los sistemas de reservas computarizados" (Urry, 1990:48). Han

Tabla 5. Principales cadenas hoteleras nacionales y extranjeras en México.

Amresorts	Barceló	Camino Real	Cityexpress
Emporio	Fiesta Americana	Fiesta Inn	ghsf
Iberostar	Intercontinental	Las Brisas	Marriott
Meliá	nh hoteles	Oasis	Original
Ostar	Palace	Pueblo Bonito	Quinta Real
Four Seasons	Misión	Fibra Inn	

Fuente: www.anch.com.mx.

ocasionado cambios significativos en la estructuración del tráfico turístico internacional al promocionar, o dejar de hacerlo, nuevos destinos, porque, además del control de los flujos, forman parte de empresas multinacionales que son las que, en última instancia, deciden la dirección de esos flujos y captan el 80% de los gastos realizados por el turista, mismos que no llegan al destino. A ello se suma la creciente promoción de los hoteles y cruceros con la modalidad de "*all inclusive*" gracias a la cual el huésped permanece en las propias instalaciones del hotel o del barco y rara vez sale a conocer lo que hay afuera del enclave (Holden, 2005). Lo "local" es sustituido por eventos temáticos organizados dentro del propio hotel o del barco: noches "mexicanas", puestos de venta de artesanías locales, etcétera, de modo tal que el turista identifica el lugar al que ha ido a través de estas imágenes creadas para su consumo.

El de los cruceros es otro tema interesante. En México se promueve su llegada, se construyen muelles *ad hoc* para recibirlos sin tomar en cuenta el deterioro de las condiciones ambientales de su emplazamiento, y se justifican las obras con alegres estadísticas a futuro: "El crear la oferta esperando conseguir una específica demanda tiene un grave riesgo, en razón de que si las expectativas de demanda no se cumplen, se habrán realizado grandes inversiones con resultados no solo no rentables, sino antieconómicos" (Figuerola, 1985:70). Así se han construido los puertos de atraque para cruceros en el litoral del Pacífico, sobre todo en el Golfo de California, en Yucatán (Progreso) y en la costa maya. En general, estos puertos se acompañan de la construcción de marinas para yates para el mercado norteamericano. Los niveles de ocupación de las marinas –y

por tanto su éxito– dependen, por una parte, de la temporada de ciclones (que los ahuyenta), y por la otra, de la distancia entre cada uno de esos puertos y las instalaciones de abasto de combustible de las que dependen los barcos y yates de acuerdo a su capacidad de carga.

Se presume oficialmente que la derrama de divisas justifica esas inversiones. No obstante, la realidad es otra. Las líneas navieras procuran que el destino sea el propio barco para lo cual lo dotan de toda clase de atractivos, como tiendas de lujo o casinos que operan en alta mar, y minimizan la estancia en tierra de los pasajeros reduciendo las horas de atraque en cada destino. Además, ofrecen con un sobreprecio de hasta 50% los *tours* que dan en tierra los operadores locales y retienen los excedentes. Un argumento utilizado con frecuencia es que la empresa "… recomienda a sus huéspedes no involucrarse en excursiones, *tours* o actividades que no sean adquiridos directamente a través de [ella misma] ya que la empresa no está familiarizada (*sic*) con estos servicios o sus operaciones" (Cuellar y Kido-Cruz, 2008:57-58).

Un fenómeno ligado a lo anterior es el tipo de viajeros que utilizan los cruceros. Poco a poco se han convertido en viajes de muy bajo costo para población de la tercera edad, de ingresos medios o bajos, que gastan poco en tierra: básicamente en comida, bebida o alguna artesanía. También hay que considerar que no todos los puertos de atraque ofrecen atractivos interesantes al viajero por lo que la derrama en cada puerto varía considerablemente.

Las condiciones de inseguridad y violencia que vive México en estos últimos años han sido una de las causas de la cancelación de numerosos viajes de cruceros, en particular en el litoral del Pacífico; se mantiene su ritmo en la región caribeña, Cozumel, Playa del Carmen, Majahual, con altibajos derivados de los daños a las instalaciones portuarias causados por los ciclones del Atlántico. Por ejemplo, a algunos puertos del Pacífico, como Cabo San Lucas y Puerto Vallarta, llegaron en 2013 menos de la mitad del número de cruceros de 2012 (el 90% en el caso de Cabo San Lucas) con la consiguiente pérdida en derrama económica (Vázquez, 2013). Apenas en 2015 empieza a revertirse la tendencia y aumenta muy lentamente la llegada de cruceros a los destinos habituales.

IV. LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

El espacio nacional no es espacio a secas, no es espacio Nacional, sino del capital.

H. A. Sormani

Hacia 1950, había algunos lugares donde los habitantes nacionales iban a vacacionar o a donde venían turistas de otros países, sobre todo norteamericanos. Eran unos cuantos: Acapulco, el centro más famoso, favorito de las estrellas del cine hollywoodense; Veracruz, para los locales; algunas ciudades del interior de la república, como Guanajuato, o ciertos sitios arqueológicos. Un fenómeno particular era el turismo que se desarrollaba en la frontera norte, como en el caso de Tijuana, donde el consumo de alcohol, la droga y la prostitución eran los principales reclamos y los clientes venían del otro lado de la frontera ya desde los años de la prohibición en Estados Unidos. Las vías de acceso terrestre no eran adecuadas, las líneas aéreas iniciaban su apertura, la infraestructura hotelera y de servicios era precaria.

La puesta en vigor de las políticas oficiales y los cambios sociales y económicos en el mundo a partir del fin de la segunda guerra mundial cambiaron el panorama y México se abrió rápidamente al turismo internacional. Para ello contó no solamente con la voluntad política y económica del Estado y de inversionistas nacionales y extranjeros, sino con la oferta de una riqueza extraordinaria de recursos naturales y culturales propios para el desarrollo del sector.

Los recursos turísticos de México

La valoración de los recursos naturales de México ha sido preocupación del Estado desde hace décadas mediante organismos *ad hoc* como el Consejo Nacional de Recursos Naturales y el Consejo Nacional de Recursos Naturales no Renovables, primero, y años más tarde con diversos organismos gubernamental hasta llegar a la actual Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.[12]

Desde finales de los años 1960 empiezan a aparecer textos acerca del potencial turístico que la naturaleza y la historia de la sociedad mexicana pueden ofrecer. Una clasificación tradicional de recurso turístico (García, 1970) indica que esos atractivos se dividen en naturales y culturales. Los primeros corresponden "a todo elemento geomorfológico, biofísico o a la mezcla de ambas características que lo hagan susceptible de ser visitado por turistas", mientras que los recursos turísticos culturales son los "elementos creados por el hombre… (y) pueden ser históricos o contemporáneos" (*ibid*.:61). En ambos casos, lo importante es que a estos elementos hay que añadirles valor mediante la dotación de los servicios que permitan su uso y disfrute, de ahí la necesidad de inversiones y financiamiento.

Los recursos de la naturaleza devienen de uso turístico cuando se hacen "visibles", o sea, cuando pueden ser vistos, visitados, recorridos, por los turistas. Montañas, volcanes, ríos y lagunas, playas arenosas o rocosas, selvas o desiertos ofrecen espacios de atracción. En un principio no se tenía cuidado en cómo eran usados esos sitios hasta que la toma de conciencia de la vulnerabilidad del planeta ha generado la práctica de medidas conservacionistas y, el caso del turismo, en el desarrollo de nuevas formas de la actividad: ecoturismo, turismo de aventura, turismo extremo, *rafting,* etcétera.

[12] En 1982 se creó la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología; en 1992 pasó a ser la Secretaría de Desarrollo Social y se fundaron además el Instituto Nacional de Ecología y la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente. En 1994 cambió a Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, y en el año 2000 quedó con su actual denominación.

Los recursos culturales se derivan de la historia de las sociedades que ocupan los diversos territorios: desde las obras de otras épocas y manifestaciones de culturas o tradiciones diferentes, hasta lo que se construye hoy día: vestigios arqueológicos más o menos conservados o restaurados; edificios civiles, religiosos y militares de otros siglos; arquitectura moderna y posmoderna. Pero también muestras de folclor, artesanías, fiestas tradicionales, poblados denominados "típicos", así como museos, zoológicos, centros culturales y, como huella de la globalización, los *malls* o grandes centros comerciales con la oferta de las principales firmas internacionales, las mismas en todas partes.

Una clasificación interesante de los recursos turísticos de México hacia 1990, cartografiados por Carrascal (1991), muestra la variedad de sitios considerados de importancia para el sector. Desde el punto de vista de la naturaleza, la autora ubica playas habilitadas para el turismo, paisajes espectaculares de montaña, volcanes y barrancas, así como los de desierto y zonas áridas; grutas, cuevas y cenotes; cascadas, lagos y lagunas y, también, los balnearios, de uso tradicional en México (Figuras 1 y 2). Estos últimos se relacionan, en múltiples ocasiones, con el relieve volcánico del centro del país que da origen a fuentes termales.

Los atractivos culturales empiezan, desde luego, con la riqueza arqueológica del país y se presentan, asimismo, las localidades que cuentan con una importante arquitectura colonial de los siglos XVI al XVIII, con edificios y monumentos de la arquitectura civil moderna y contemporánea. No falta la ubicación de museos, jardines botánicos y parques zoológicos. Estos atractivos se localizan en general en las ciudades coloniales, fundadas a partir del siglo XVI como Guanajuato, Zacatecas, Chihuahua, Taxco, Cuernavaca, Oaxaca, unas construidas sobre los vestigios de las antiguas culturas prehispánicas, otras sobre o en las cercanías de las minas de plata cuya explotación permitió la colonización y el dominio del territorio del norte del país y la fundación de ciudades y pueblos (Figura 3).

Esta amplia distribución de lugares indica la riqueza potencial del país para el desarrollo del turismo, pero, como se mencionó antes, su simple presencia no es suficiente para que la actividad se lleve a cabo.

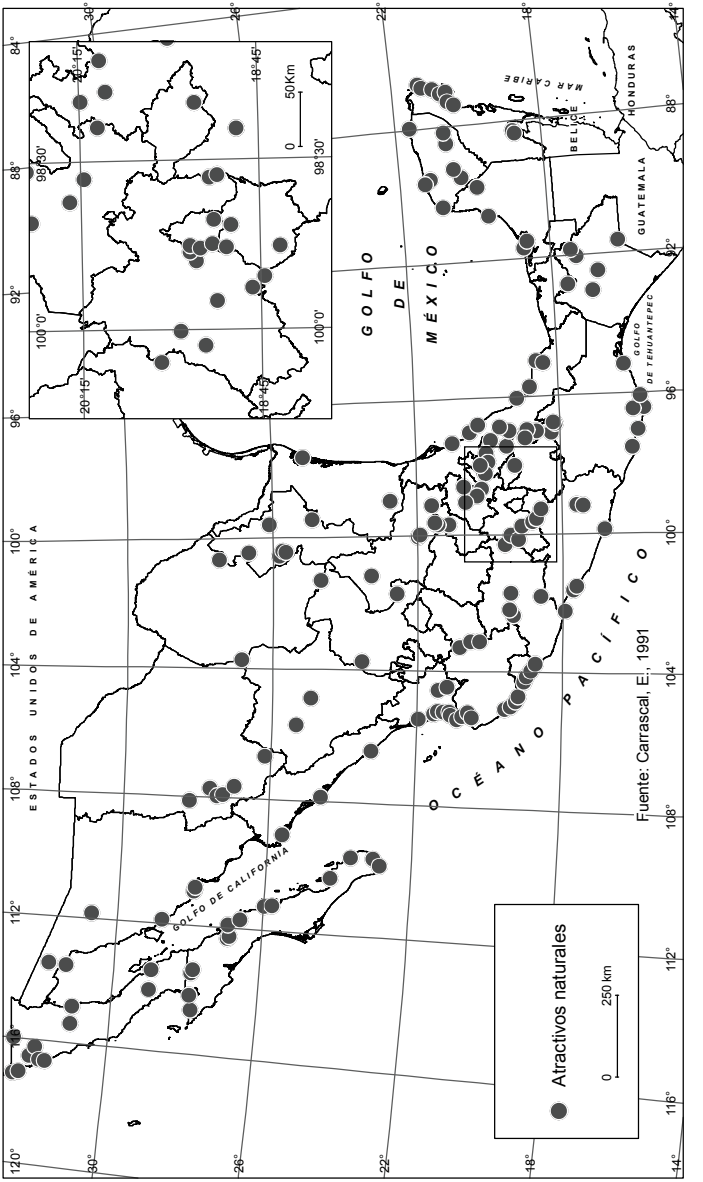


Figura 1. Principales atractivos naturales.

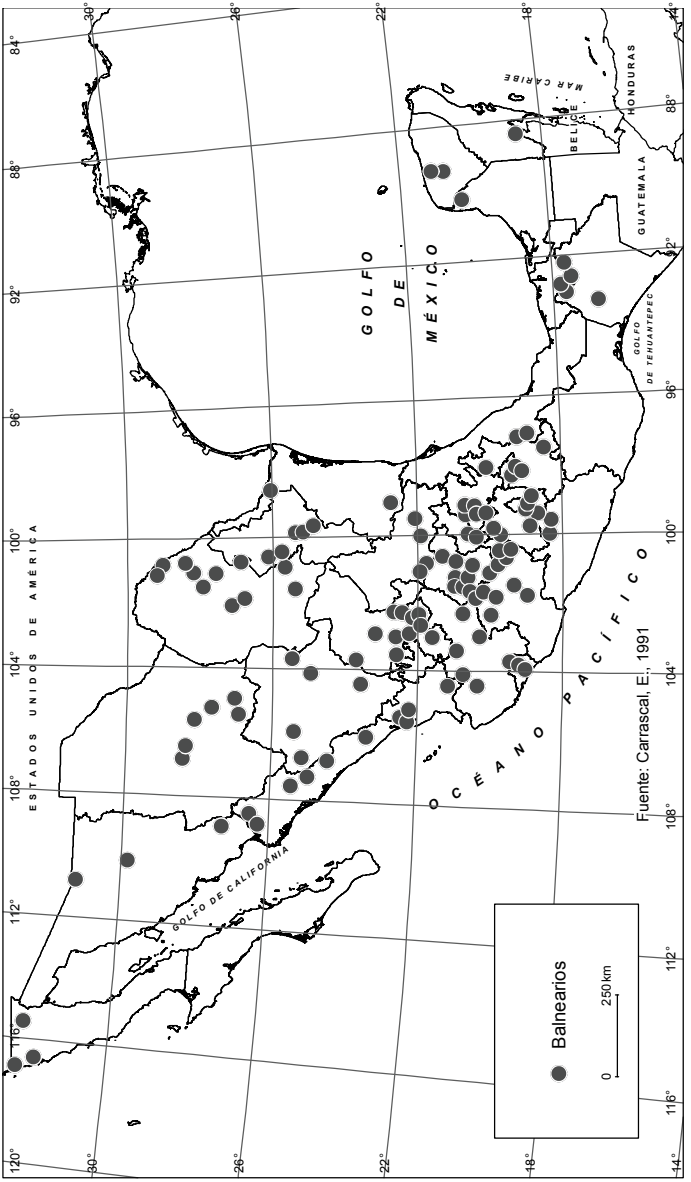


Figura 2. Principales balnearios.

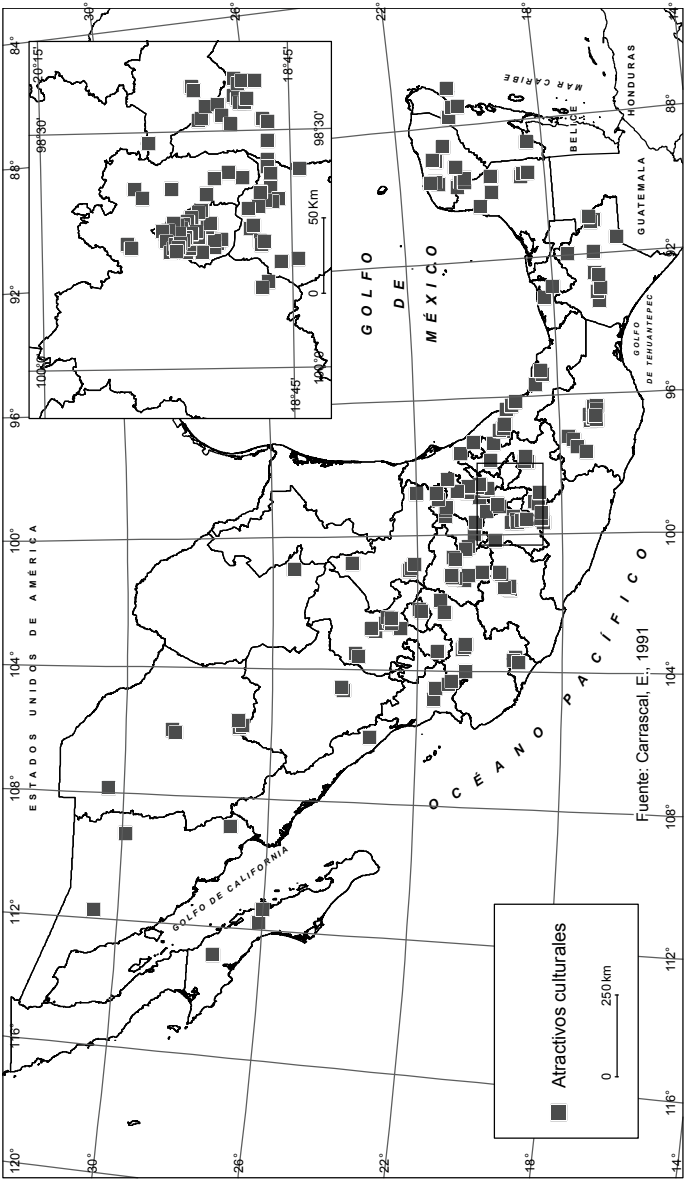


Figura 3. Principales atractivos culturales.

Es necesario invertir sumas muy importantes para generar vías de acceso terrestre, aéreas y marítimas; crear poblados donde no existía nada, urbanizar y dotar de servicios municipales, y, sobre todo, crear la infraestructura de acogida: hoteles, restaurantes y otros servicios de apoyo. De ahí la participación activa del Estado y del capital nacional y transnacional.

Las políticas del Estado mexicano privilegiaron en primera instancia los destinos de sol y playa, mismos que fueron los receptores de las inversiones públicas y privadas y que estaban dirigidos sobre todo al mercado norteamericano. En años recientes se ha empezado a modificar ese patrón de comportamiento y se ofrecen otras opciones, otros atractivos para el turismo nacional y también para los turistas extranjeros que buscan nuevos escenarios: ciudades coloniales, "rutas" arqueológicas, pueblos rehabilitados bajo el nombre de "pueblos mágicos", ecoturismo, turismo rural, etcétera.

Los primeros destinos creados por FONATUR[13]

En el análisis de la participación del Estado como gestor de la actividad turística ya se mencionaron dos instancias fundamentales: la propia Secretaría de Turismo y el FONATUR. Este último ha sido el motor de la creación de nuevos destinos, muchas veces a partir tan solo de la belleza de un lugar, como es el caso de Bahías de Huatulco, o bien aprovechando ciertas coyunturas internacionales, como en el caso de Cancún. La ubicación de los nuevos centros creados por el Fondo siempre ha tenido en cuenta la localización geográfica respecto al principal mercado del turismo nacional que es el norteamericano. Inicialmente, el organismo fue una dependencia del Banco de México y un grupo de sus ejecutivos empezaron a buscar emplazamientos costeros de gran belleza cuyo

[13] La información correspondiente a los diferentes destinos creados por FONATUR proviene principalmente del libro FONATUR 35 años. Única historia narrada por sus fundadores y protagonistas, México, 2010. Se citará aquí como F35 y la página de la cita textual, además de la información en línea ofrecida por el mismo organismo para cada destino.

potencial era la condición fundamental para el desarrollo de los nuevos destinos. Con excepción de Cancún, los destinos promovidos se ubican en el litoral del Pacífico (Figura 4), de ahí que la actividad turística de sol y playa responda a dos frentes concretos: el litoral del Pacífico ya mencionado y la costa del Caribe. El Golfo de México es de poca importancia para el turismo internacional.

Los sitios implementados por FONATUR reciben inicialmente el nombre de Centros integralmente planificados, CIP. Las acciones para llegar a su funcionamiento empiezan siempre con la compra o transferencia de los terrenos donde se va a ubicar el destino. Muchas de esas tierras son de tenencia ejidal (ya se comentó al respecto anteriormente), otras son de propiedad privada. En algunos casos son espacios "vacíos" en el sentido de que no están poblados, sino que son rancherías o localidades muy pequeñas, tierras agrícolas campesinas y litorales en donde se practica una pesca rudimentaria. A partir de la adquisición, se establece el plan rector para el destino: urbanización, servicios municipales: agua potable, drenajes, plantas de tratamiento de aguas, vialidades, distribución de los espacios según el uso que tendrán: zona residencial, zonas hoteleras, zonas habitacionales para la población local que prestará los servicios necesarios del destino.

En cada una de las fases, el propio Estado mexicano ha iniciado las obras de infraestructura vial y urbana con fondos propios y préstamos de organismos internacionales; si bien en un principio participó en la construcción y operación de hoteles, es el capital privado nacional e internacional el que se ocupa de dotar de las estructuras de acogida a los destinos turísticos.[14]

[14] Ya se ha mencionado el cambio registrado recientemente en las políticas de FONATUR en el sentido de cofinanciar la construcción de hoteles en algunos destinos.

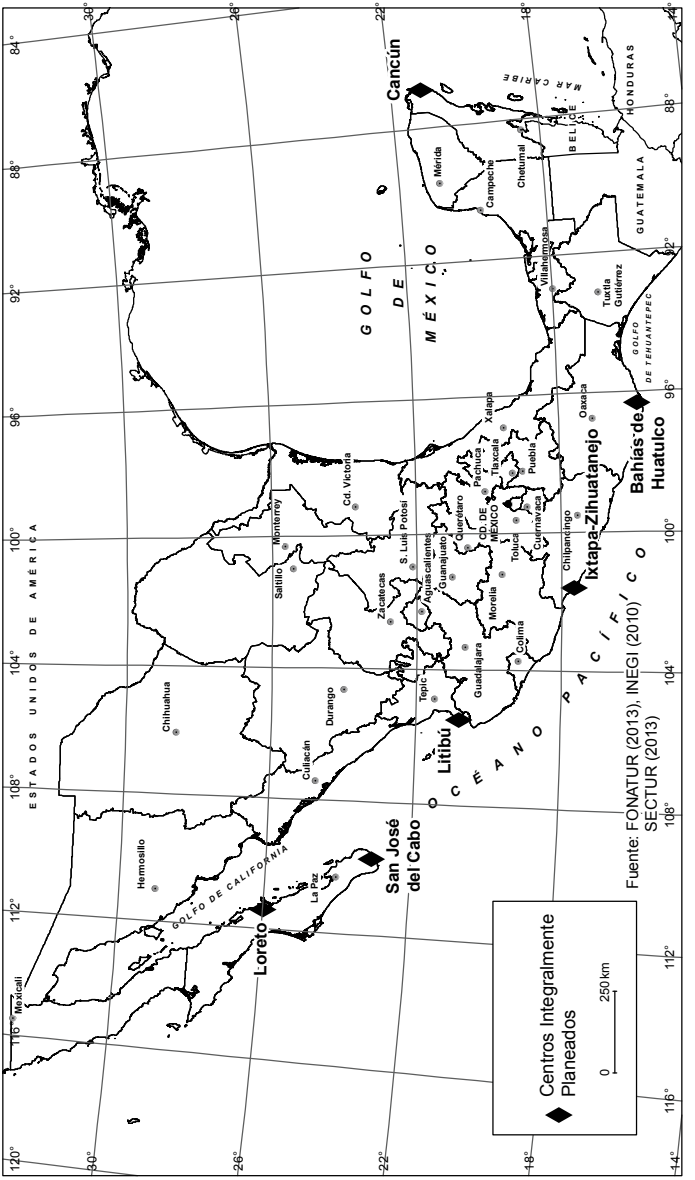


Figura 4. Centros integralmente planeados, CIP.

Cancún[15]

Hay que recordar la situación geopolítica del Caribe en los años 1970. El triunfo de la revolución cubana implicó la pérdida de un espacio turístico prácticamente exclusivo del mercado estadounidense, mismo que encontró la opción de un nuevo lugar de esparcimiento con características naturales semejantes a las de la isla. Se puede considerar que este fue uno de los factores que alentaron la fundación de Cancún en la costa quintanarroense a escasos kilómetros de la Florida. "El país del ron estaba cerrado al mundo, los turistas de la costa este de Estados Unidos abandonaron las playas cubanas, México podría conquistar esos viajeros porque Cancún también tenía la ubicación correcta", declaraba en esos años el director de FONATUR, E. Fernández Hurtado (F35:29).

La construcción de Cancún empezó en 1972 sobre un litoral con albuferas como la Laguna de Nichupté, en 7 000 hectáreas de tierras productoras de copra, con muy escasos pobladores. La isla que bordea la laguna tiene una longitud de 17 kilómetros con 50 metros de ancho. Para poder construir calles y hoteles sobre la playa fue necesario ampliarla artificialmente hasta 250-300 metros usando arena del litoral para el relleno de la laguna; se dragaron 4 000 hectáreas bajo el agua (F35:41). La viabilidad del proyecto quedó demostrada con la apertura del hotel Camino Real y el establecimiento de los vuelos Miami-Cancún-Miami de Mexicana de Aviación.

En pocos años Cancún se convirtió en el atractivo turístico más importante del país; ha crecido sin medida y, bajo su sombra, se ha desarrollado toda la costa de la entidad: Puerto Morelos, Playa del Carmen, Tulum, que conforman la denominada Riviera Maya, hasta la punta sur del estado en Majahual. Hoy día, el litoral de Quintana Roo es, de hecho, un mundo aparte del resto del país.

[15] Véase Córdoba y García (2003).

Ixtapa-Zihuatanejo[16]

En el caso de Ixtapa-Zihuatanejo, ya existía un poblado previo a la creación del destino. Zihuatanejo era un pueblo de pescadores situado en la bahía del mismo nombre, rodeado de feraces tierras de cultivo de palma cocotera. Hacia el norte, el litoral ofrecía una hermosa y amplia bahía, la de Ixtapa frente a la isla del mismo nombre, y un estero. Esta fue la zona que FONATUR escogió en 1972 para el desarrollo del destino turístico "gemelo" a Cancún, pero en el litoral del Pacífico para atraer al turismo de la costa oeste norteamericana.

Al tratarse de una zona ocupada previamente, con pobladores dedicados a actividades agrícolas y pesqueras, el proyecto tuvo problemas en particular por la tenencia de la tierra y las propiedades privadas del litoral cuya venta se logró en 1971 por once millones de pesos (F35:91-92).

Se creó el Fideicomiso Bahía de Zihuatanejo "con el objetivo de hacer de Zihuatanejo un poblado vecino a la zona turística que debía contar con todos los servicios… y con la finalidad de que el pueblo existente se ordenara a la par que la edificación del polo turístico" (F35:95).

La evolución de este destino ha sido alterada por eventos naturales –sismos– y por pérdida de interés de los organismos rectores y de los inversionistas. Recobró importancia con el presidente de la Madrid y para finales de los años 1990 se convirtió en un "destino nacional por excelencia" (F35:111). La presencia actual de FONATUR es exclusivamente a través de Baja Mantenimiento y se planea una segunda etapa de crecimiento con énfasis en el desarrollo residencial (F35:113).

Los Cabos[17]

La península de Baja California siempre fue un espacio alejado de la vida nacional, pero cercano a los Estados Unidos. La falta de comunicaciones terrestres y aéreas con el resto del país favorecía su aislamiento. Dos

[16] Véase Carrascal (1975).

[17] Véase López (2002).

hechos ayudaron a su apertura: por un lado, la modificación de la administración política del territorio de Baja California Sur en estado libre y soberano en 1974; por el otro, la construcción de la carretera transpeninsular entre Tijuana y Los Cabos.

FONATUR se fijó en la zona sur de la península y propuso la creación de un corredor turístico entre San José del Cabo y Los Cabos: "Los Cabos sería un destino de alta calidad y baja densidad … la misión sería levantar centros de hospedaje de cinco estrellas, gran turismo y categoría especial [para evitar que se convirtiera en un destino de turismo masivo]… tomando como experiencia las debilidades encontradas en Cancún e Ixtapa y retomando con fuerza la personalidad natural de la zona como un destino de glamour (*sic*)" (F35:125). Los trabajos iniciaron en 1982 con un crédito del Banco Mundial y la inauguración del hotel El Presidente.

El Corredor Los Cabos mide 37 kilómetros entre San José y Los Cabos. Las inversiones prioritarias en la región fueron, y son, de capital privado. Como ejemplo cabe destacar la propiedad de 3 000 hectáreas con 6 kilómetros de playa de Miguel Alemán que pasó a manos de otro inversionista, E. Sánchez Navarro (F35:145). "Lo mejor que pudo hacer FONATUR fue que la iniciativa privada y el gobierno trabajaran de la mano para el desarrollo de Los Cabos… Gracias al exclusivo turismo que recibe la plusvalía del área se mantiene al alza para beneficio de los inversionistas inmobiliarios y el destino en general" (F35:146).

Loreto

La creación de este CIP se debió a un decreto del presidente Echeverría y coincidió con la construcción de la ya mencionada carretera transpeninsular. Se pensó abrir un destino en el poblado de Loreto como base y su extensión a la cercana Napoló, lugares alejados de las vías de comunicación, es decir, predestinados al fracaso desde el inicio:

> Como era de esperar, (por) la falta de una investigación previa del lugar, los inconvenientes estarían a la orden del día… (y) sería un sueño difícil de realizar. Se trataba de un lugar alejado del mundo al cual no era fácil

> llegar por tierra por su ubicación geográfica; en ocasiones era presa de las malas jugadas de la naturaleza y de los avatares de las condiciones climáticas" (F35:172).

El pueblo de Loreto fue rediseñado por instrucciones del Banco Mundial y Napoló se propuso para una clientela de jubilados norteamericanos. No obstante, este CIP no ha tenido una trayectoria sencilla, se aduce una falta de infraestructura hotelera asociada a la escasez de vuelos, y viceversa, afectado por la crisis económica de los Estados Unidos de 2008. "Loreto volvió a ser un paraíso desolado" (F35:191) y "hoy, este polo turístico no termina de detonar…" (F35:189).

Huatulco

Si Cancún fue la primera opción para impulsar el turismo de sol y playa, las bahías de Huatulco llamaron la atención de los funcionarios de FONATUR por su belleza y se pensó que podría ser el siguiente CIP. No obstante, "en pocos días desistieron de la idea de proponerlo como segundo destino debido a la complejidad que presentaban los terrenos de la zona "(F35:88). Los principales problemas eran, por una parte, la tenencia de la tierra, y por la otra la falta de conectividad con el propio estado y con el resto del país. Sólo en los años 1980, con la decisión del presidente de la Madrid se inició el desarrollo del destino. Se expropiaron 22 000 hectáreas, se diseñó un proyecto que contenía obra urbana, vialidades, espacios para hotelería y residenciales, y se conservó un área especial para un parque nacional de conservación.

El proceso fue largo, complicado por los malos manejos en la compra de las tierras, clientelismo político de autoridades municipales y de los caciques locales. Se construyó un aeropuerto internacional pero el destino se enfrentó a problemas semejantes a los de Loreto: no había suficientes vuelos (y por tanto pasajeros) porque no había suficientes cuartos de hotel; los inversionistas no construían hoteles porque no había suficientes vuelos. La llegada de turistas por vía terrestre era difícil, lenta, y requería de muchas horas de viaje.

FONATUR obtuvo créditos del Banco Interamericano de Desarrollo para construir los primeros hoteles que fueron administrados por la iniciativa privada y "agilizó los trámites para la llegada de los inversionistas … como había hecho en otros CIP" (F35:214). Pero Bahías es un destino marcado por la lentitud de crecimiento, por un estancamiento en las inversiones y a más de 25 años de su arranque "no acaba de madurar". La trayectoria de altibajos no ha permitido llegar a cumplir las aspiraciones iniciales de llegar a los 5,000 cuartos para 2012; el presidente Calderón declaró que se invertirían más de 600 millones de pesos en el "renacimiento" de Huatulco en 2008 (F35:235). La misma idea se plantea en las declaraciones de la actual administración del presidente Peña Nieto.

Se han construido algunas obras para incrementar los atractivos del lugar como el muelle de cruceros en la bahía de Santa Cruz, en 2001, y una marina para yates. Sólo recientemente se abrió un hotel gran turismo y hay proyectos para la construcción de otros *resorts* de capital español en la zona con la participación de FONATUR como ya se ha mencionado.

Los proyectos de la segunda etapa de FONATUR

FONATUR tenía problemas para continuar con sus funciones: altibajos administrativos, diferentes directores con distintos proyectos, y no podía "concentrarse en cinco destinos; ya era necesario abrir el abanico de posibilidades en otros estados de la República" (F35:327). Una vez más, el comportamiento del sector turismo en el país estaba diseñado desde la presidencia de la República. La administración del presidente Fox impulsó el proyecto *Escalera Náutica* que "contemplaba el desarrollo de escalas náuticas en cinco estados colindantes con el Mar de Cortés, que atraerían embarcaciones desde la costa oeste de Estados Unidos" en las que además de prestarse servicios básicos se podría vender combustible. Se planeaba la construcción de veinte puertos de abrigo y un puente terrestre entre el litoral del océano Pacífico y el interior Mar de Cortés para el traslado de embarcaciones que no tuvieran que rodear toda la península.

El proyecto enfrentó desde el principio la oposición tanto de inversionistas como de grupos de ecologistas por las alteraciones ambientales

que se producirían en el Golfo de California; había problemas por la tenencia de la tierra en los distintos sitios escogidos para el desarrollo de los puertos, y, sobre todo, la falta de presupuesto. Ante esto último, FONATUR generó el dinero que necesitaba "con la venta de terrenos en otros desarrollos como Cancún, Huatulco, Los Cabos e Ixtapa. Gracias a eso se invirtieron cien millones de dólares" en 2004 (F35:250). De acuerdo con funcionarios del organismo, la construcción de la Escalera Náutica ponía en riesgo la pervivencia del Fondo dado que se sabía que las inversiones en las obras de infraestructura serían "a fondo perdido" (F35:250). Los puertos destinados a formar parte de la escalera fueron: San Felipe, Bahía de los Ángeles, Santa Rosalía, Puerto Escondido (Napoló), La Paz, Puerto Peñasco, Guaymas, Topolobampo, Mazatlán y San Blas (Figura 5).

Otros proyectos fueron los denominados PTI, Proyecto Turístico Integral. Destaca la *Riviera Nayarita* con Litibú y El Capomo, un esquema inmobiliario para el gran turismo de elevado poder adquisitivo "que impulsara un mejor nivel de vida para la gente de la localidad" (F35:327).

En Sinaloa, en 2006 se abre *Teacapán,* en el municipio de Escuinapa en donde había certeza jurídica ya que no eran terrenos ejidales, sino que los 20 kilómetros de playa y las 2 500 hectáreas para el desarrollo eran de un solo dueño (F35:342). El proyecto contemplaba la integración de canales de navegación, comercios, casas habitación, servicios de salud de primer nivel, oferta educativa, así como la meta de 50 000 cuartos: 70% en hoteles y 30% en residencias y condominios (F35:351).

En Tamaulipas se planeó un desarrollo denominado *Costa Lora* sobre 23 kilómetros de playa y 3 700 hectáreas sin problemas ejidales. No prosperó (F35:352).

Además de la apertura de nuevos destinos, FONATUR plantea la ampliación de algunos de los más exitosos con obras como marinas, campos de golf, conjuntos residenciales, etcétera. En particular, promueve la venta de terrenos; tal parece que lo que importa es la apertura de nuevos enclaves a la especulación inmobiliaria más que a la consolidación de un espacio regional equilibrado. Asociado con grandes grupos empresariales, FONATUR plantea crear una nueva imagen en los CIP mediante los

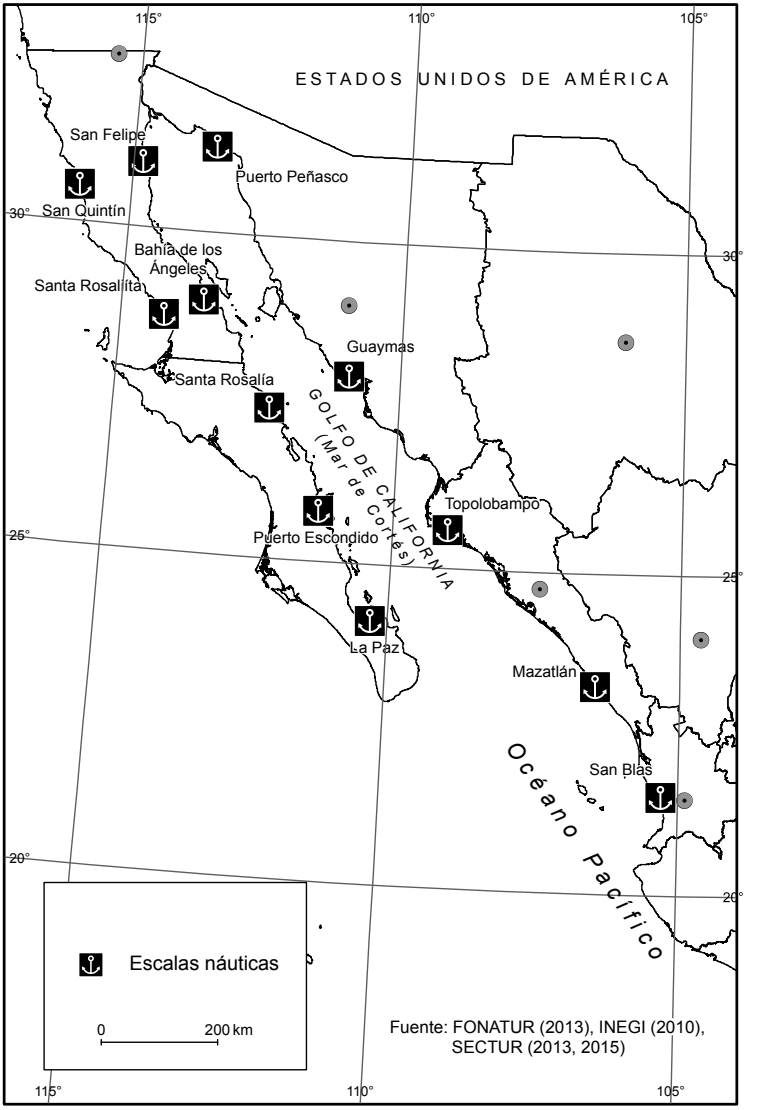


Figura 5. Escala náutica.

denominados nuevos Grandes Proyectos: algunos son nuevos desarrollos, otros son denominados "relanzamientos" o "renacimientos".

En la península de Baja California están *Loreto Bay*¸ un macro desarrollo turístico residencial con marina y campo de golf, *Golden Beach*, *Loreto*, conjunto turístico residencial de baja densidad con campo de golf, ranchos (*sic*), y *Puerto Escondido*, *Loreto*, conjunto turístico de uso mixto con carácter náutico. Es el eje de relanzamiento de Loreto que debe ser concluido en 2018. En el *Puerto Los Cabos* se plantea un desarrollo con campos de golf, una segunda marina y un poblado típico (*sic*), así como el *Club Campestre San José*, conjunto residencial turístico con campo de golf. En Sonora, el *PTI Kino Nuevo*¸ conjunto inmobiliario mixto con campo de golf.

En la costa oaxaqueña, el renacimiento de Huatulco implica tres hoteles de co-inversión FONATUR-iniciativa privada para 1 130 cuartos, un conjunto turístico residencial de baja densidad con campo de golf en Bahía de Conejos, y otro de iguales características en Bahía de Cacaluta, zona importante de humedales. En la Bahía de Chahué, se continúa con inversiones en un conjunto turístico, náutico, comercial y residencial.

Del lado del Caribe se pretende instrumentar el denominado *Puerto Cancún*¸ conjunto golfístico y residencial de alta calidad, la *Rivera Cancún*, desarrollo náutico inmobiliario con la primera marina de Cancún, ambos debían haberse concluido teóricamente en 2010. Además, tiene como proyectos en proceso un conjunto residencial con vista a la Laguna de Nichupté, denominado *Lomas de Vista Hermosa*, y el *Malecón Cancún*, centro cívico, financiero, comercial con terminal de transporte multimodal, malecón, parque ecológico y campo de golf público, todo en una zona de manglares hecho que ha sido denunciado por grupos ecologistas de la región. Otros proyectos incluyen la *Marina Cozumel* en la isla del mismo nombre, desarrollo mixto hotelero, residencial y comercial en torno a marina turística. El *PTI Costa Maya* se presenta como un conjunto mixto de baja densidad, con 500 cuartos hoteleros, 350 unidades residenciales, y 100 condominios y se trata de la última reserva desarrollable del Caribe mexicano.

Vale la pena destacar que el común denominador de todos los destinos, el primer elemento de promoción, es la construcción de uno o varios campos de golf, sin tomar en cuenta el impacto ambiental que ello supone. A la fecha (2016) la mayoría de estos proyectos no ha despegado.[18]

Los destinos tierra adentro

Una vez que la ubicación de espacios de sol y playa ha quedado satisfecha y la oferta de esos sitios rebasa las fronteras nacionales generando lugares básicamente en países subdesarrollados que compiten entre sí por el mercado internacional, se han ido imponiendo nuevas modalidades de turismo y de turista: unos buscan atractivos naturales, sustentables, con manejo ecológico; otros se dirigen a localidades más pequeñas para entrar en contacto con grupos humanos distintos; otros más tienden a lo oscuro. El turismo de masas no desaparece, al contrario, pero nuevas formas de viajar y de conocer se imponen y al lado de los grandes hoteles florecen los pequeños y exquisitos hoteles *boutique*, los centros ecoturísticos, las casas rurales. A partir de los años noventa, se vuelve interesante promover un turismo ecológico, se valoran las ciudades históricas o con herencias y tradiciones que las hacen atractivas. México no ha sido ajeno a esa tendencia y al mismo tiempo que se continuó con los desarrollos de los CIP y los PTI, la Secretaría de Turismo abre nuevas opciones. Se habla, entonces de turismo alternativo, ecoturismo, etcétera.

Con "la expansión del turismo alternativo y la creciente preocupación medioambiental en México, la sustentabilidad fue incorporada como elemento central en el discurso y se inició el fomento al ecoturismo" (López y Palomino, 2008:33), y fueron las instituciones dedicadas al combate a la pobreza y a las cuestiones indígenas las que dieron la pauta. Por ejemplo, el Instituto Nacional Indigenista –que poco después se transformaría en la Comisión de Desarrollo Indígena– promovió la creación de ocho

[18] La World Wild Foundation calcula que un campo de golf en un país seco puede consumir tanta agua como una ciudad de diez mil habitantes (Getino, 2002:127).

centros ecoturístico en regiones de población indígena. En teoría, el turismo alternativo busca proteger la biodiversidad y la riqueza cultural, y "promover el desarrollo humano en el amplio sentido del concepto en las comunidades anfitrionas y receptoras" (*op.cit.*:38).

No obstante, voces críticas analizan las acciones llevadas a cabo en pueblos indígenas particularmente, y consideran que esta forma de turismo alternativo no genera un desarrollo en las comunidades, sino que da lugar a desequilibrios sociales dentro de ellas, ya que no se llevan a cabo basadas en conocimiento previo de lo que verdaderamente requieren dichas comunidades, por ello Kiefer (2011) llega a preguntarse si es una solución duradera o bien un medio de controlar el territorio.

Otra de las salidas planteadas por el Estado ante la nueva tendencia fue la de convertir en atractivo turístico a viejos poblados con carácter, coloniales la mayoría de ellos, trazados por la impronta de actividades ya en desuso como la minería. Así surgió el programa de los llamados *pueblos mágicos* con los que se busca la promoción "de la riqueza patrimonial material e inmaterial de nuestro país" (D.O.F., 2014).

Este se ha considerado uno de los proyectos clave del sector para incentivar sobre todo el turismo interno[19] y ha permitido revalorizar muchos poblados gracias a inversiones destinadas a mejorar la imagen urbana, la restauración de edificios emblemáticos, "sustitución de pisos utilizando materiales originales, señalización turística y rescate de áreas verdes "(DOF, *op. cit.*). Las localidades que aspiran a la marca de *pueblo mágico* deben tener ciertos atributos como son leyendas e historias auténticas, algo que los identifique de manera particular, pueblos que han conservado sus costumbres, sus valores, su herencia cultural a través del tiempo.

En los primeros once años del programa, de 2001 a 2011, se incorporaron cuarenta pueblos mágicos. Luego, se incrementó la oferta y hoy

[19] De acuerdo con Hiernaux (2005) "la presencia de grupos de ingresos medios y bajos a lo largo de la República Mexicana (es) más importante que la prevista, además de que, por su importancia absoluta, estos turistas son lo que más aportan en derrama económica (poco gasto individual pero una gran cantidad de personas…)".

día se tienen unas 120 localidades con esa categoría. Cabe preguntarse si efectivamente todos los pueblos así calificados merecen el distintivo o si son el resultado de un proceso de disneyzación, de maquillaje urbano para competir en el mercado (Anexo 1; Figura 6). En la distribución geográfica de los pueblos mágicos sobresalen algunas entidades del país: el estado de México, Puebla, Michoacán, Jalisco y Coahuila tienen entre seis y diez pueblos mágicos; otros estados tienen registrados cinco o menos y algunos sólo cuentan con un pueblo de la marca.[20]

[20] Para obtener información de los pueblos mágicos véase: www.visitmexico.com/es/pueblosmagicos.

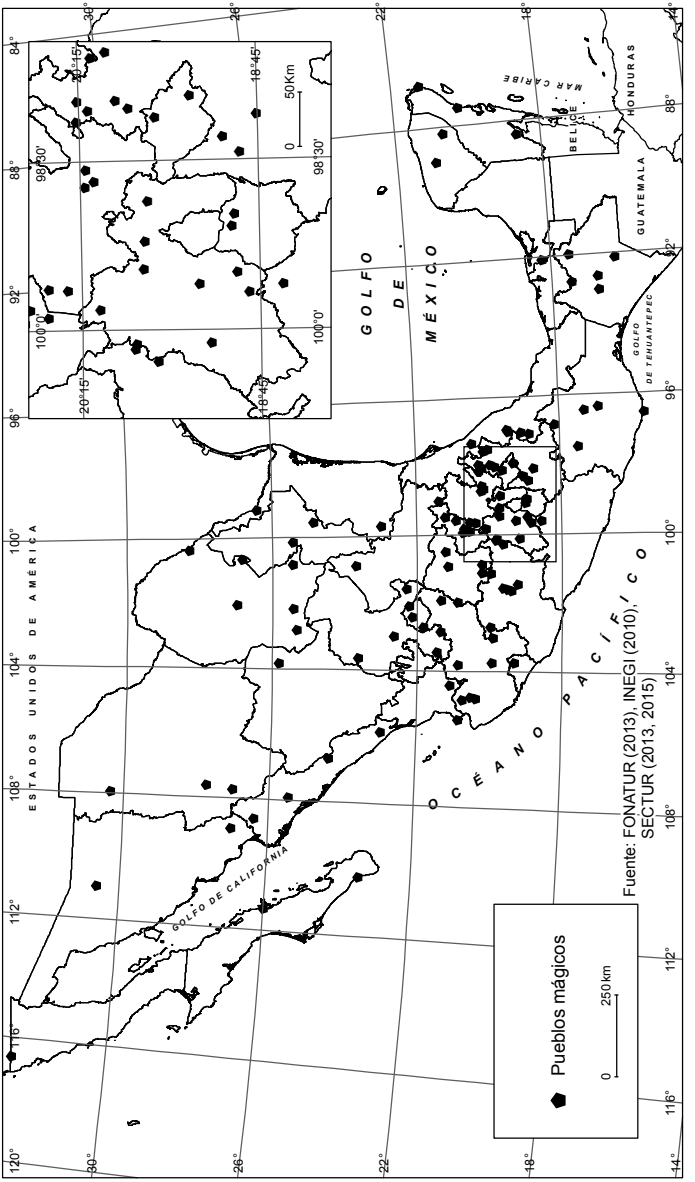


Figura 6. Pueblos mágicos.

V. CATEGORIZACIÓN DEL TURISMO EN MÉXICO: ALGUNAS CIFRAS

Uno de los mayores problemas presentes en toda investigación es la de calificar, categorizar, enumerar los fenómenos estudiados. La dificultad estriba tanto en la forma de obtención de la información como en su tratamiento; en la definición de las variables y en su pervivencia en las series estadísticas que se van creando al respecto. Es por eso que las técnicas cualitativas adquieren importancia en la generación y manejo de información de primera mano. No obstante, muchas veces la escala de estudio obliga a recurrir a otras fuentes ante la imposibilidad de generar la propia información, por ejemplo, cuando se trata de analizar un país, un conjunto de entidades federativas, etcétera. Y, en estos casos, la fuente de consulta es, generalmente, la de los organismos oficiales que se ocupan de la cuestión y que proporcionan los datos correspondientes.

En el caso del turismo, la información utilizada, al menos en este trabajo, procede de tres fuentes básicas: el Banco de México, en lo que concierne a datos macroeconómicos, y la Secretaría de Turismo y su dependencia DATATUR que generan estadísticas anuales y mensuales con base en los datos proporcionados por las oficinas de turismo de los gobiernos estatales y del Distrito Federal (hoy Ciudad de México), así como el denominado Sistema de Información Turística Estatal, SITE. FONATUR, por su parte, también genera información de los centros integralmente planificados, mientras que INEGI proporciona los datos de población.

Se ha mencionado anteriormente la importancia del turismo como generador de empleo y de divisas. De acuerdo con el Banco de México,

el sector turismo genera alrededor del 8% del producto interno bruto nacional y da ocupación a 2.3 millones de trabajadores. No obstante, es importante tomar en cuenta la balanza de pagos del sector ya que el turismo nacional egresivo y sus gastos en el exterior tienen un impacto negativo en la cuenta general y se reducen, de hecho, los ingresos de divisas a poco más de la mitad (Tabla 6).

Tabla 6. Indicadores económicos del sector turismo 2005-2014.

Sector turismo	2005	2010	2014
Participación en el PIB (%)	8.4	8.4	8.3*
% del total de la economía	6.1	5.9	5.9
Ocupados en turismo (personas)	2 199 000	2 236 000	2 315 200
VISITANTES			
Internacionales total	21 914 900	23 289 700	29 345 600
Gasto en miles de dólares	9 146 300	9 990 800	14 320 000
Gasto de cruceristas	452 600	528 800	418 500
Visitantes de México al exterior	13 305 400	14 334 200	18 260 700
Gasto realizado miles de dólares	3 653 500	4 540 100	6 610 700
Saldo balanza turística en miles de dólares	5 492 800	5 450 700	7 709 300

*: dato de 2013.

Fuente: Banco de México/DATATUR (2014).

Para categorizar al fenómeno turístico en el país se han considerado tres grupos de variables fundamentales: la del número de turistas (visitantes, viajeros) y la del número de cuartos disponibles que reflejan un impacto espacial y se traducen en la creación de nuevos centros de población, en el crecimiento de localidades urbanas preexistentes, apertura de nuevas áreas a otro tipo de explotación económica, cambios en el uso del suelo, alteraciones de modos de vida de poblaciones locales. Es decir, son varia-

bles con un alto contenido geográfico. Los datos sobre empleo permiten matizar la calidad de los trabajos generados por la actividad. Como en este texto se reflexiona acerca del turismo y sus efectos positivos y negativos en el país, es decir, a escala nacional y estatal en la mayoría de los casos, se acude a las estadísticas oficiales a falta de poder corroborar su pertinencia o veracidad mediante técnicas cualitativas de trabajo de campo.

Un llamado de atención previo al análisis. En primer lugar, las definiciones de las variables. Para censar a los turistas se mencionan: visitantes internacionales que incluyen turistas internacionales, turismo al exterior, turismo fronterizo, excursionistas internacionales, excursionistas fronterizos. A su vez, los turistas fronterizos pueden ser peatones o automovilistas. Para la balanza de pagos, los visitantes pueden ser turistas o excursionistas internacionales y pueden ser censados como turismo receptivo o turismo fronterizo. Además, se censan los visitantes en cruceros. En lo que se refiere a la estructura de alojamiento, las estadísticas distinguen entre cuartos disponibles, cuartos promedio, cuartos ocupados, lo que ocasiona confusiones en muchos casos. No siempre es posible establecer comparaciones entre las mismas variables ubicadas en tablas distintas de la misma fuente ya que los totales no se corresponden. Pero, a pesar de las posibles deficiencias numéricas, pueden establecerse tendencias de comportamiento, e impactos diferenciales según las diversas zonas o regiones del país.

Viajeros, turistas, cruceristas[21]

Turistas, viajeros, cruceristas, excursionistas, nacionales o extranjeros, significan personas que cambian temporalmente de residencia, que buscan lugares de ocio, de tranquilidad o de excitación intensa, nuevas experiencias vitales ya sea por unas horas, por días o por mayor tiempo. Son la esencia misma del sector, de la actividad. Para ellos se construyen nuevos espacios, se adaptan otros, se crean atractivos, se publicitan y

[21] No se pretende definir cada una de las categorías de visitante o turista. Se asume la inferida en las estadísticas oficiales.

son objeto de campañas y de ofertas de viajes por tierra, mar y aire, de experiencias extremas, ecológicas, oscuras o religiosas. Representan el mercado que hay que atraer. Así, se ha logrado tener una actividad de valor mundial que en poco más de medio siglo pasó de mover en 1950 a algo más de 25 millones de personas a contar con mil ciento cuarenta millones de turistas en 2014.

México no ha permanecido ajeno a esta evolución y en las últimas dos décadas la llegada de extranjeros ha pasado de nueve millones en 1995 a casi 19 millones en 2014. Al mismo tiempo, se ha incrementado el movimiento de nacionales que realizan actividades turísticas dentro del país: según las cifras oficiales en 1995 hicieron turismo 34 millones de connacionales; para 2014 se reportan 80.7 millones de turistas nacionales (Tabla 7).

Tabla 7. Llegada de turistas nacionales y extranjeros. 1995-2014.

Turistas	1995	2000	2005	2010	2014
Totales	43 196 414	58 348 198	72 402 770	83 605 336	99 733 523
Nacionales	34 140 210	46 280 534	55 983 924	68 561 212	80 745 910
Extranjeros	9 056 204	12 067 663	16 478 846	15 044 124	18 987 613

Fuente: Banco de México/DATATUR (2015).

Ante estas cifras caben varias reflexiones: los esfuerzos oficiales se han dirigido siempre a captar el turismo internacional, como se demuestra en la construcción de los centros integralmente planificados y la fallida Escalera Náutica. No obstante, el turismo nacional cuadruplica al número de turistas extranjeros. Estas cifras no permiten determinar cuál es la tasa de retorno de ambos grupos; solo así puede entenderse que haya 80.7 millones de turistas nacionales que visitan varias veces el mismo sitio, u otro, varias veces al año y demuestra la existencia de una población de clase media y alta que cada vez viaja más, en contraste con el mínimo acceso al ocio que tienen los 60 millones de habitantes del país

reportados en situación de pobreza y pobreza extrema. En todo caso, es interesante la evolución de la llegada de turistas y el movimiento interno de los habitantes del país. Respecto al turismo internacional se ha duplicado en los últimos veinte años y hay que analizar sus efectos (Tabla 8).

Tabla 8. Visitantes internacionales a México, gasto en 2014.

Visitantes internacionales (miles de personas)		Gasto de los visitantes (millones de dólares)	Gasto medio (dólares)
Turismo al interior	15 999.9	13 579.9	848.8
Turismo fronterizo	13 345.7	740.1	55.5
Pasajeros en crucero	5 785.2	418.8	72.4

Fuente: Banco de México/DATATUR (2015).

La derrama económica de los visitantes internacionales varía de manera importante tanto en lo que se refiere al destino como a la vía de acceso. El turismo al interior del país aporta el grueso de las divisas que hacen lo convierten una actividad clave para la economía nacional, mientras que el turismo fronterizo es considerable en número de llegadas, es pobre en cuanto a ingresos, al igual que las ganancias que dejan los pasajeros de los cruceros.

Si bien en los años cincuenta del siglo pasado, el turismo que llegaba por vía terrestre de los Estados Unidos era notable e incidió en el desarrollo de las vías de comunicación, en especial hacia algunos destinos como Acapulco, hoy día, la vía de acceso preferida es la aérea y el origen de los turistas es sobre todo norteamericano: 80% procede de los Estados Unidos, 5% de los turistas son canadienses y el 15% restante viene de Europa y Centro y Sudamérica.

Resulta interesante analizar la distribución geográfica de los turistas en el país. Más de la mitad de las llegadas, tanto de turistas nacionales como del extranjero, se concentran en ocho estados: Quintana Roo, Ciudad de México, Jalisco, Veracruz, Guerrero, Guanajua-

to, Chihuahua y Baja California, datos que reflejan la importancia de Cancún, Puerto Vallarta, el puerto de Veracruz, la ciudad de México y las principales ciudades de la frontera norte. Los turistas nacionales se dirigen básicamente a cuatro entidades: la Ciudad de México, Jalisco, Veracruz y Guerrero. Por su parte, el 75% del turismo internacional favorece en primerísimo lugar a Cancún y la Riviera Maya, luego a la Ciudad de México, la costa de Jalisco y los destinos de la península de Baja California. Tan sólo en los estados de Quintana Roo y Baja California Sur, el número de visitantes extranjeros supera por mucho al de los visitantes nacionales. Conforman los dos enclaves internacionales del turismo mexicano: la costa maya y el corredor San José-Los Cabos (Anexo 2).

La Secretaría de Turismo considera que son setenta los principales destinos turísticos del país y los divide en centros de playa y ciudades, es decir, hace la distinción entre el denominado turismo de sol y playa y el turismo que se realiza en el interior del país (Tabla 9).

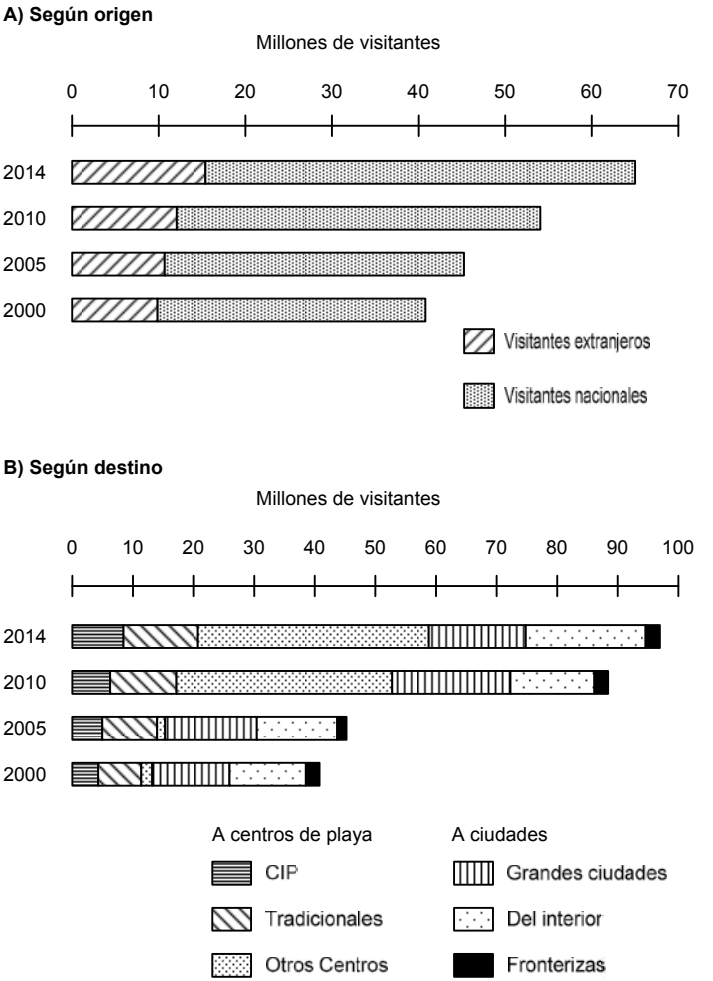
Los centros integralmente planeados son los ya mencionados CIP: Cancún Loreto, Ixtapa-Zihuatanejo, Los Cabos, San José del Cabo, Huatulco. Los centros tradicionales de playa son: Acapulco, Cozumel, La Paz, Manzanillo, Mazatlán, Puerto Vallarta y Veracruz-Boca del Río. Entre los otros centros de playa sobresalen Isla Mujeres, los destinos que han surgido en la denominada Riviera Maya así como algunos de la Península de Baja California. Las grandes ciudades son, obviamente, la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. De las ciudades del interior destacan Oaxaca, Mérida, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, San Juan de los Lagos y Aguascalientes, ciudades que son centros importantes coloniales, con ruinas arqueológicas Patrimonio de la Humanidad, e incluso destacados centros religiosos. Entre las ciudades fronterizas sobresalen Tijuana, Mexicali y Ciudad Juárez (Figura 7).

Tabla 9. Llegada de visitantes según destino, 2014.

Total 70 destinos	Total	Nacionales	Extranjeros
	65 000 222	49 643 160	15 357 062
I. Centros de playa	26 872 081	16 081 601	10 790 480
1) Integralmente Planeados	8 441 017	3 295 258	5 145 759
2) Tradicionales de playa	12 234 842	10 878 919	1 355 923
3) Otros centros de playa	6 196 222	1 907 424	4 288 798
II. Ciudades	38 128 141	33 561 559	4 566 582
1) Grandes ciudades	16 006 956	13 267 339	2 739 617
2) Del interior	19 779 713	18 367 791	1 411 922
3) Fronterizas	2 341 472	1 926 429	415 043

Fuente: SECTUR/DATATUR (2014).

Respecto a los cruceros, en México se promueve su llegada se construyen muelles *ad hoc* para recibirlos sin tomar en cuenta el deterioro de las condiciones ambientales de su emplazamiento. Se presume oficialmente que la derrama de divisas justifica esas inversiones. No obstante, la realidad es otra. Los visitantes que llegan en cruceros representan alrededor de la cuarta parte del total de los turistas extranjeros (Anexo 3; Figura 8). Pero se trata de la porción más volátil del sector ya que la llegada de los barcos es muy susceptible a las condiciones adversas, tanto por problemas en los puntos de origen (crisis financiera de los Estados Unidos y Canadá) como, sobre todo, por la inseguridad del país, como ha sucedido en los últimos años, en particular con los cruceros que atracan en los diversos puertos de la costa del Pacífico. Acapulco ha perdido de manera notable su atractivo, no sólo en cuanto al turismo de cruceros sino a los visitantes nacionales, por los altos índices de criminalidad de la zona. Esta razón ha sido determinante en la política aplicada por las compañías navieras para reducir al máximo las llegadas a México: Acapulco, Zihuatanejo, Mazatlán y Manzanillo lo resienten así como Cabo San Lucas y Ensenada, aunque esto dos últimos en mucho menor medida, sobre todo por ser las primeras escalas de la ruta entre San Diego y



Fuente: Sistemas Estatales de Información Turística (SITE's), Secretaría de Turismo.

Figura 7. Visitantes a México, 2000-2014.

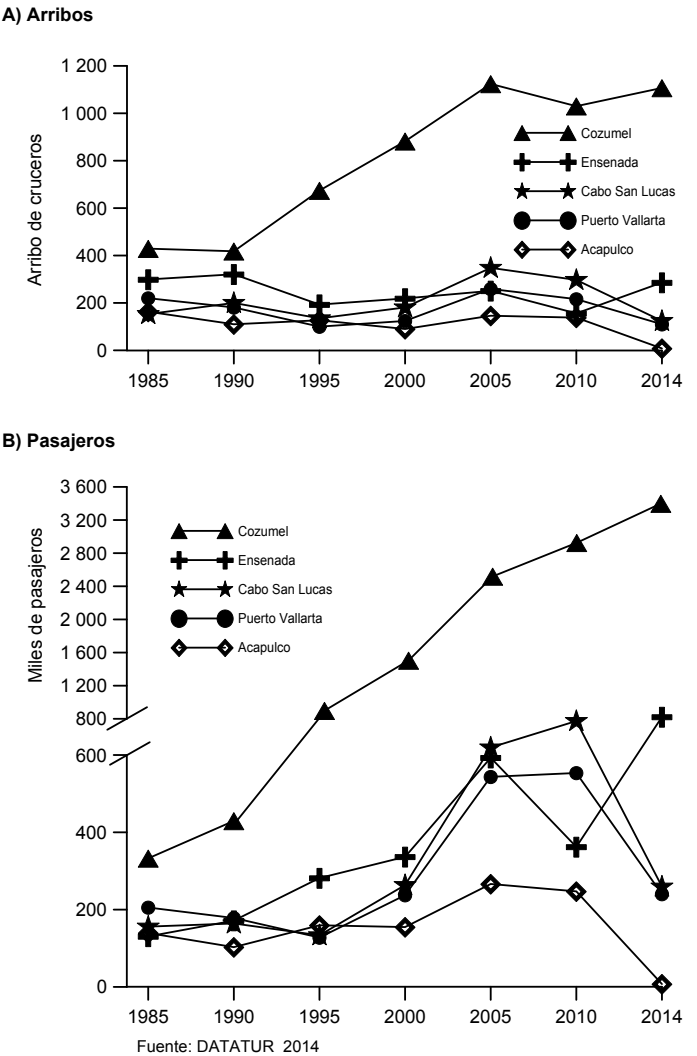


Figura 8. Cruceros, 1985-2014.

otros puertos de Centroamérica o el Canal de Panamá.

Por el contrario, el Caribe mantiene sus altos niveles de atracción y Cozumel es el destino más importante del país en lo que respecta al turismo de cruceros con 3.4 millones de pasajeros en 2014, el 61% del total, a los que se suman el casi medio millón de pasajeros del nuevo puerto de Majahual en la punta sur del litoral del estado de Quintana Roo, el cual entró en funciones en 2005; aunque sufrió los embates de un ciclón, está activo. Otro puerto interesante es Progreso, al norte de la ciudad de Mérida que tiene una actividad destacada.

Los cruceristas son los turistas que menos divisas aportan ya que su gasto promedio es muy bajo. Ha habido un cambio cualitativo en el tipo de pasajeros de los primeros años a la actualidad, de cuando se incrementaron sustantivamente los comercios que ofertaban productos de alto precio como joyerías y platerías, al consumo de unas cuantas cervezas en la playa. Las navieras procuran que el destino sea el propio barco para lo cual lo dotan de toda clase de atractivos (como son los casinos una vez que están fuera de las aguas territoriales) y minimizan la estancia en tierra de los pasajeros; además, ofrecen con un sobreprecio de hasta 50% los *tours* que dan los operadores locales y retienen los excedentes.

La derrama económica de los cruceristas es muy desigual; varía según el destino donde atracan los barcos. Además de la competencia que las navieras ocasionan al vender paquetes para las excursiones en tierra, lo que gastan los turistas es poco. Un estudio realizado por una empresa norteamericana (BREA, 2007) en el año-crucero 2006-2007 mostró la gran disparidad mencionada. Los mayores gastos se realizaron en Cozumel, 254.4 millones de dólares; los gastos en la Costa Maya fueron 69.8 millones. Ensenada y Puerto Vallarta recibieron 52 millones cada uno; mientras que Huatulco y Zihuatanejo sólo recibieron 5 millones, respectivamente. El gasto promedio por pasajero varía de 126 dólares en Mazatlán, 105 en Puerto Vallarta, 89 en Cozumel y 55 en Huatulco. El gasto en todos los destinos se centró en primer lugar en joyería y relojería (lo que explica la proliferación de este tipo de comercios en los destinos de cruceros), muy por encima de gastos en ropa y en alimentos y bebidas. En la actualidad en Huatulco, por ejemplo, se considera que el gasto

promedio de los pasajeros en cruceros no alcanza los cinco dólares per cápita:[22] el consumo de alguna cerveza en la playa.

Infraestructura de acogida

La infraestructura de acogida es el elemento fundamental para determinar el impacto espacial de la actividad en el país. Aun cuando ya se ha mencionado más arriba que hay que manejar las estadísticas del sector con cierto cuidado, las cifras oficiales son el dato que aquí se utiliza para analizar su distribución geográfica, así como, mediante un breve vistazo a la evolución del número de cuartos por entidad federativa, se pueden determinar ciertas tendencias espaciales (Anexo 4).

El crecimiento en el número de cuartos es desde luego notable, aunque no todas las entidades federativas lo han hecho al mismo ritmo (Figuras 9 y 10). Destaca Quintana Roo en primerísimo lugar: en tres décadas ha pasado de ofrecer once mil cuartos de hotel a más de 88 mil, los que reflejan el papel preponderante de la costa del estado con Cancún y las localidades que conforman la Riviera Maya, así como Isla Mujeres y Cozumel. Jalisco tenía 27.5 mil cuartos en 1985 y llega a poco más de 63 mil en 2014; Puerto Vallarta y la ciudad capital Guadalajara ofrecen casi la mitad del alojamiento. Por su parte, la Ciudad de México ofrece al mercado turístico tanto atractivos culturales como áreas de negocios, servicios financieros y gubernamentales que atraen a más de once millones de turistas al año.

Otras regiones del país carecen del atractivo suficiente para incrementar su oferta de alojamiento; no obstante, en las tres décadas mencionadas ha habido un crecimiento relativo considerable (Figura 11). El caso de Tlaxcala sobresale con un incremento en su oferta hotelera de 533% en el periodo considerado; Campeche con más del 300%, y Aguascalientes con 246%, entre otros, van sumando una infraestructura hotelera gracias a la puesta en valor de nuevas zonas arqueológicas o a la descentralización de algunas dependencias gubernamentales; Zacatecas

[22] Informante local. Comunicación personal, noviembre de 2015.

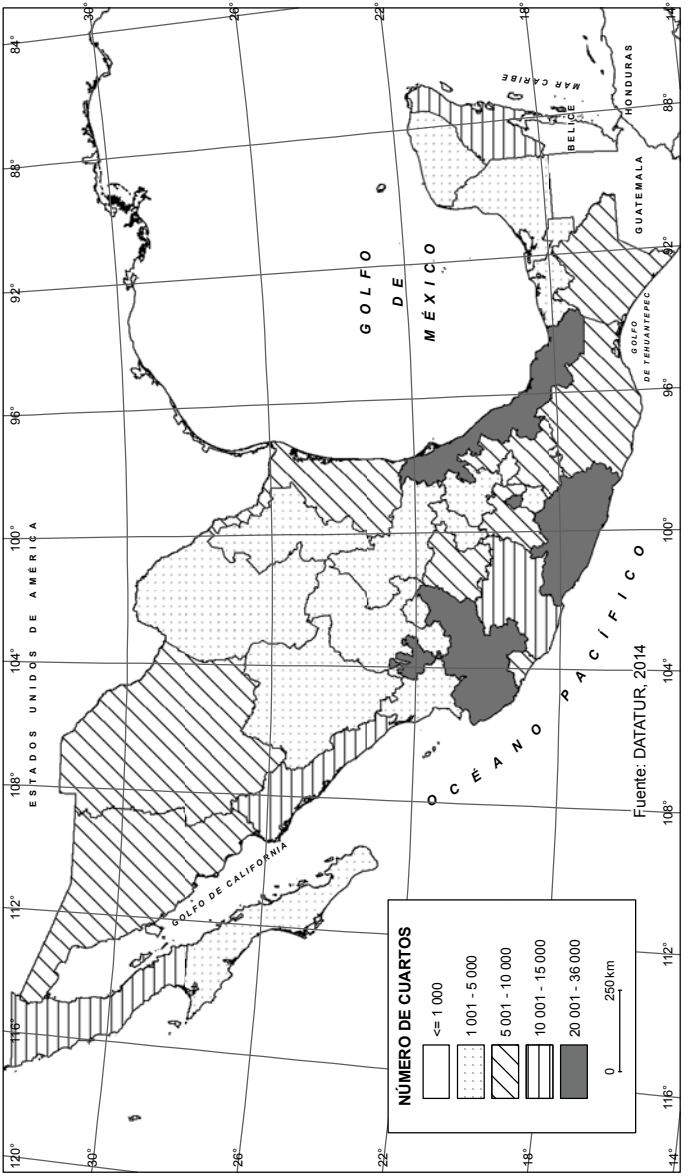


Figura 9. Alojamiento en 1985.

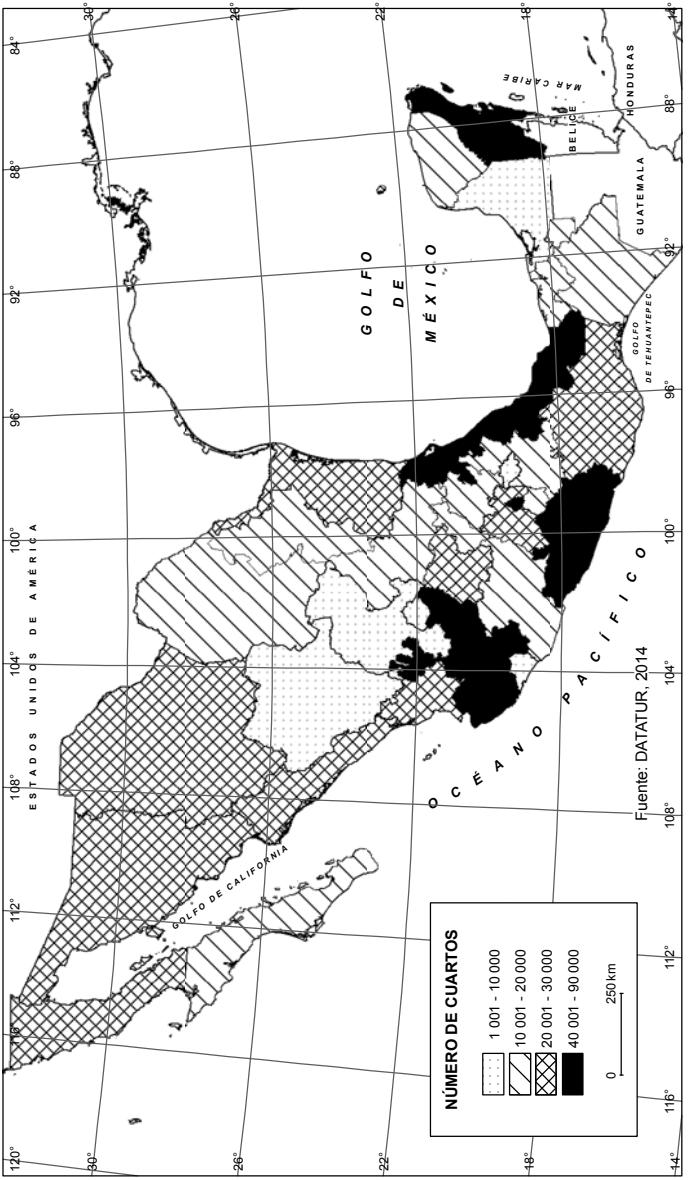


Figura 10. Alojamiento en 2014.

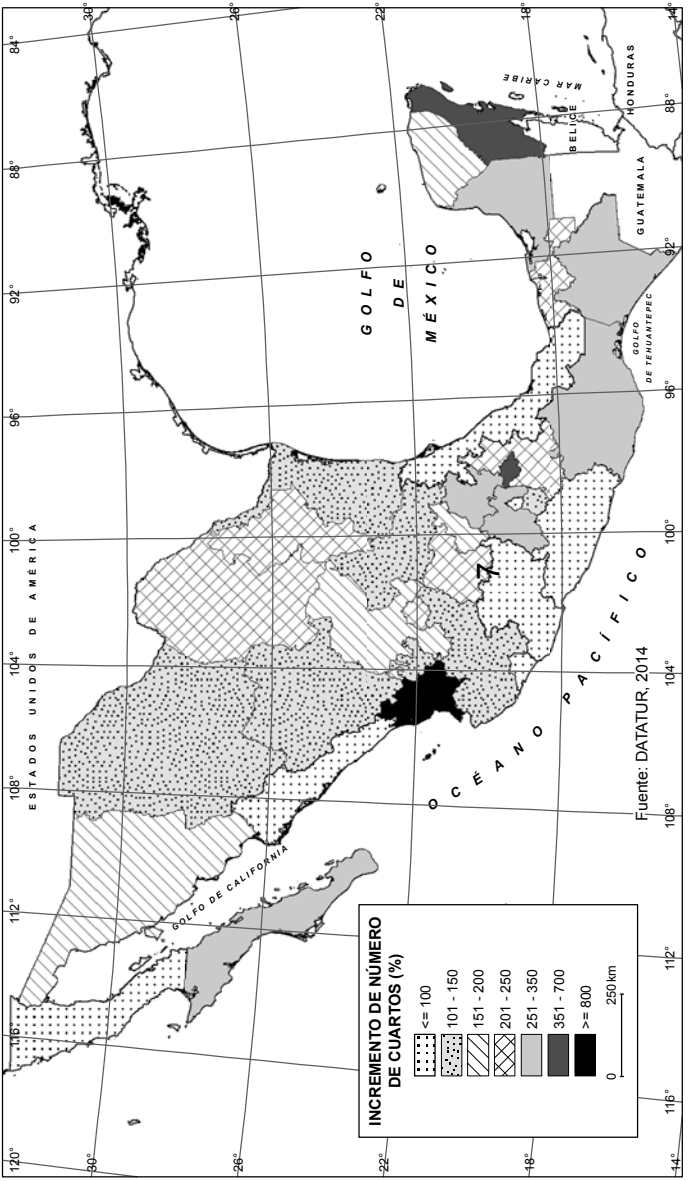


Figura 11. Incremento de la oferta de lojamiento, 1985-2014.

promueve monumentos coloniales. Nayarit, por ejemplo, demuestra la influencia del desarrollo de los destinos de sol y playa y pasa de tener tres mil cuartos en 1985 a 26.5 mil en 2014 lo que implica el mayor incremento relativo de la oferta en el país, 818%, gracias a la instrumentación del CIP de Litibú y al desarrollo periférico de Puerto Vallarta, denominado Nuevo Vallarta, sobre la porción norte del litoral de Bahía de Banderas, espacio que ya corresponde a ese estado.

En un cambio de escala, fundamental en geografía, es interesante considerar qué sucede ya no a nivel estatal sino en las ciudades o localidades que tienen al turismo como una de sus actividades prioritarias. Como ya se ha mencionado, la Secretaria de Turismo considera que son setenta los principales destinos turísticos del país.[23] Distingue entre *centros de playa* divididos en los centros integralmente planificados, los centros tradicionales y otros centros de playa, y *ciudades*: grandes ciudades, ciudades del interior –entre las que se cuentan algunos pueblos mágicos–, y ciudades fronterizas (Anexo 5; Figuras 12 y 13).

De los setenta destinos así considerados, tan sólo siete, si tomamos en cuenta como una sola mancha urbana a los corredores Cancún-Riviera Maya, Vallarta-Nuevo Vallarta y San José-Los Cabos, junto con la Ciudad de México, Acapulco, Guadalajara y Monterrey, representan 64% de los cuartos ofertados. Es decir, que la actividad turística se concentra prácticamente en unos cuantos espacios muy puntuales o en enclaves lineales.

Otro elemento del alojamiento que es conveniente considerar y que refuerza lo dicho más arriba es el número de cuartos con categoría de cinco estrellas, aun cuando es una variable que puede ocasionar cierto descontrol ya que desde hace varios años son los mismos hoteleros los que se autocalifican y no siempre la puntuación corresponde a una realidad con valor de comparación internacional.[24] Con esta salvedad, puede

[23] SECTUR/DATATUR en línea, consultado el 09/10/2015.

[24] Las autoridades del sector turismo han pretendido poner un cierto orden en la calificación de los alojamientos hoteleros, sin resultados. En 2016, SECTUR

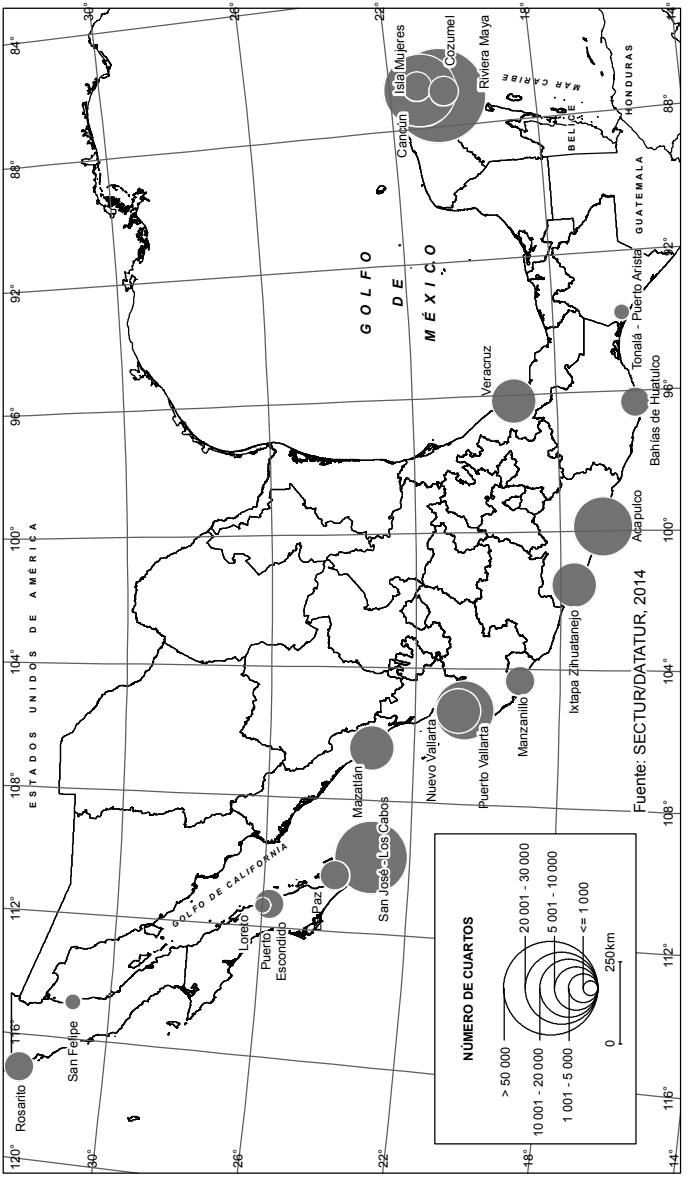


Figura 12. Número de cuartos en playas.

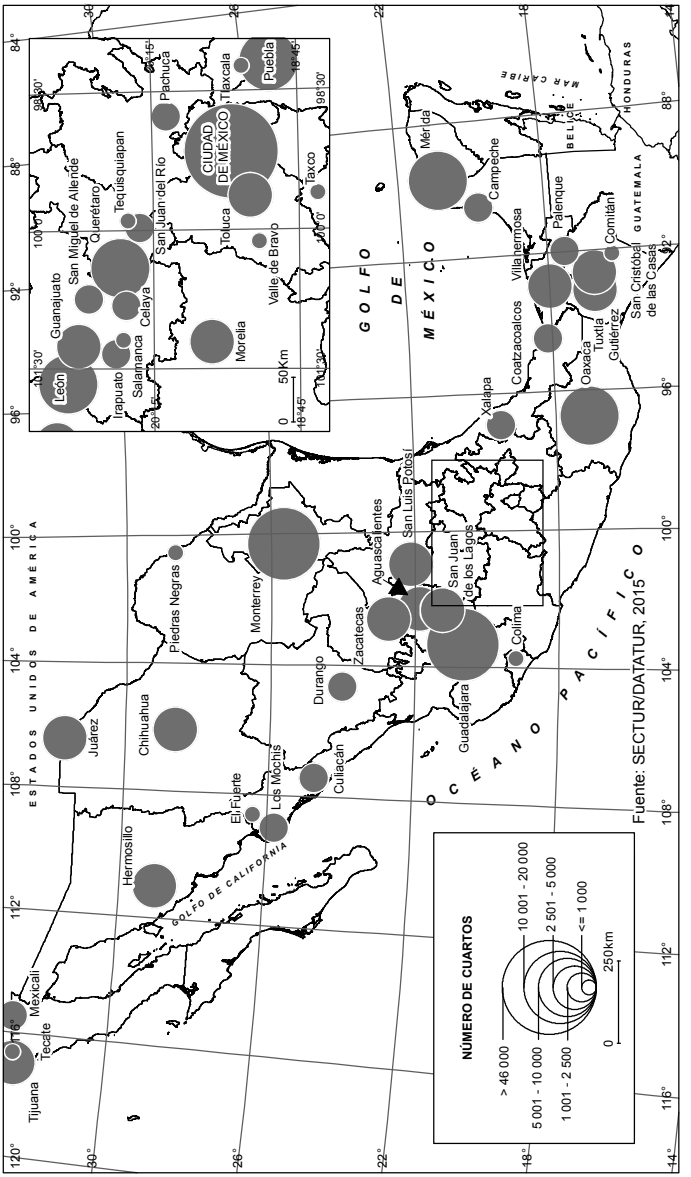


Figura 13. Número de cuartos en ciudades.

tomarse como un parámetro de la calidad del hospedaje ofertado y, por tanto, el tipo de turista al que va destinado, ya que incluye los hoteles denominados de gran turismo y de clase especial (Anexo 6). En 2014, la proporción de esta categoría era del 33.4% de todos los cuartos en el país, pero, al igual que en los otros indicadores, su distribución geográfica es muy desequilibrada (Figura 14). Obviamente, es el estado de Quintana Roo el de mayor número de cuartos de la categoría, que representa 73% del total estatal, mientras que la Ciudad de México y Jalisco, con Puerto Vallarta y Guadalajara, ofrecen el 35 y el 28% de sus totales respectivos. Si sólo se toma en consideración el dato relativo, destacan Baja California Sur y Nayarit con 62% cada uno, Guerrero y Sinaloa con cerca del 40%, respectivamente.

Las estadísticas oficiales presentan, asimismo, las otras categorías conocidas de una, dos, tres y cuatro estrellas. Las que se consideran sin clasificación constituyen una oferta considerable de alojamiento, cerca del 20% del total de cuartos del país, en los que se engloban moteles, apartamentos, cuartos amueblados, cabañas, condominios, hostales, pensiones, posadas, villas, albergues, campings, etcétera, de gran importancia para el alojamiento no solo del turismo nacional sino también para una porción del turismo internacional, como el conformado por jóvenes y viajeros que prefieren alejarse del turismo de masas.

El empleo

> *... la mayoría [de los anfitriones] nunca podrían pensar en tener unos ingresos o un tiempo de ocio para ser turistas ellos mismos.*

Uno de los primeros efectos del desarrollo del turismo es que se alteran de manera importante las actividades preexistentes en las regiones de destino y gradualmente se van transfiriendo a la nueva actividad el trabajo y los capitales invertidos en la agricultura o en la industria; la instrumentación del sector lleva implícita la generación de un nuevo tipo

acaba de suspender el programa de clasificación hotelera "por considerar que no

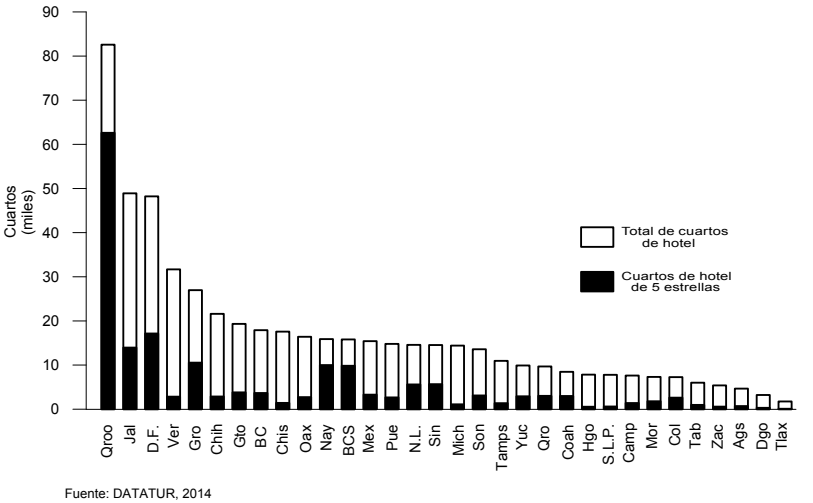


Figura 14. Cuartos de hotel y cuartos de 5 estrellas, 2014.

de empleo ocupado sobre todo en los servicios que se brindan en el alojamiento y los servicios de restauración.

En México, oficialmente se considera que la actividad ocupa a poco más de 2.5 millones de personas. Pero las estadísticas son poco confiables debido sobre todo a la temporalidad del empleo en el sector, ya que una de sus principales características es su aleatoriedad: temporada alta frente a temporada baja (de ahí que, por ejemplo, incida en la calidad de la información la fecha de levantamiento del censo). Una práctica habitual en las grandes cadenas hoteleras es la de establecer contratos laborales de menos de 30 días para evitar generar derechos de antigüedad, así como la obligatoriedad de ciertas prestaciones de ley. Es común que en las temporadas bajas se mande "a descansar" a parte de los empleados

hay suficiente comprensión del tema ni consenso para su aplicación". A lo cual el sector hotelero responde que impugnarán la medida ya que "causará corrupción" (Meré, 2015).

por tiempo indefinido, sin sueldo, a la espera de ser recontratados en cuanto empiezan a llegar nuevamente los turistas en la temporada alta.

Por otra parte, las diversas fuentes de datos, aun las originadas por el mismo organismo, agregan o desagregan la información según sus propias necesidades. Debido a esas disparidades, aquí se toma únicamente como fuente la base de micro datos de INEGI del Censo de Población y Vivienda de 2010 (Anexo 7) y se considera el empleo generado directamente por los servicios de alojamiento y de restauración. No se pueden tomar en cuenta innumerables trabajadores en otros servicios destinados o relacionados con el turismo, como comercio (ropa, artesanías), transporte (autobuses urbanos, taxis), servicios personales (peluquerías, lavanderías), comunicaciones (cafés internet, centrales de teléfono), etcétera, que se desarrollan a la par que crecen los destinos turísticos.

Al agregarse como una sola variable el empleo en hoteles y otros sitios de alojamiento y toda clase de lugares de restauración (desde restaurantes de lujo a las pequeñas fondas o taquerías), se dificulta el análisis detallado de los niveles de empleo según los distintos destinos. Pero puede generalizarse el hecho que en la gran mayoría de los casos la actividad turística así considerada implica tasas bajas de empleo para la población activa de cada uno de los estados del país. La ocupación en el Estado de México, la Ciudad de México, Jalisco y Veracruz y Guanajuato es importante. En términos relativos representa casi la mitad de la PEA ocupada en el sector: destacan en este sentido Quintana Roo, por ejemplo, donde el turismo da ocupación a casi el 20% de su población activa, así como Baja California Sur que lo hace con el 13.4%.

Un vistazo rápido a la estructura interna laboral de la PEA turística (Anexo 7) indica que 60% de los trabajadores en la actividad corresponden a empleados de diversas categorías, 30% refleja a los que el censo denomina que trabajan por su cuenta, es decir, el autoempleo, y solamente 4.5% de los 2.5 millones de puestos de trabajo están ocupados por los patrones o empleadores, es decir, los empresarios o dueños de establecimientos. El caso extremo es Quintana Roo con cerca del 90% de la PEA en el rubro de empleados y un 1.7% de empleadores. Por otra parte, Oaxaca y Chiapas cuentan con la mayor proporción de los que trabajan

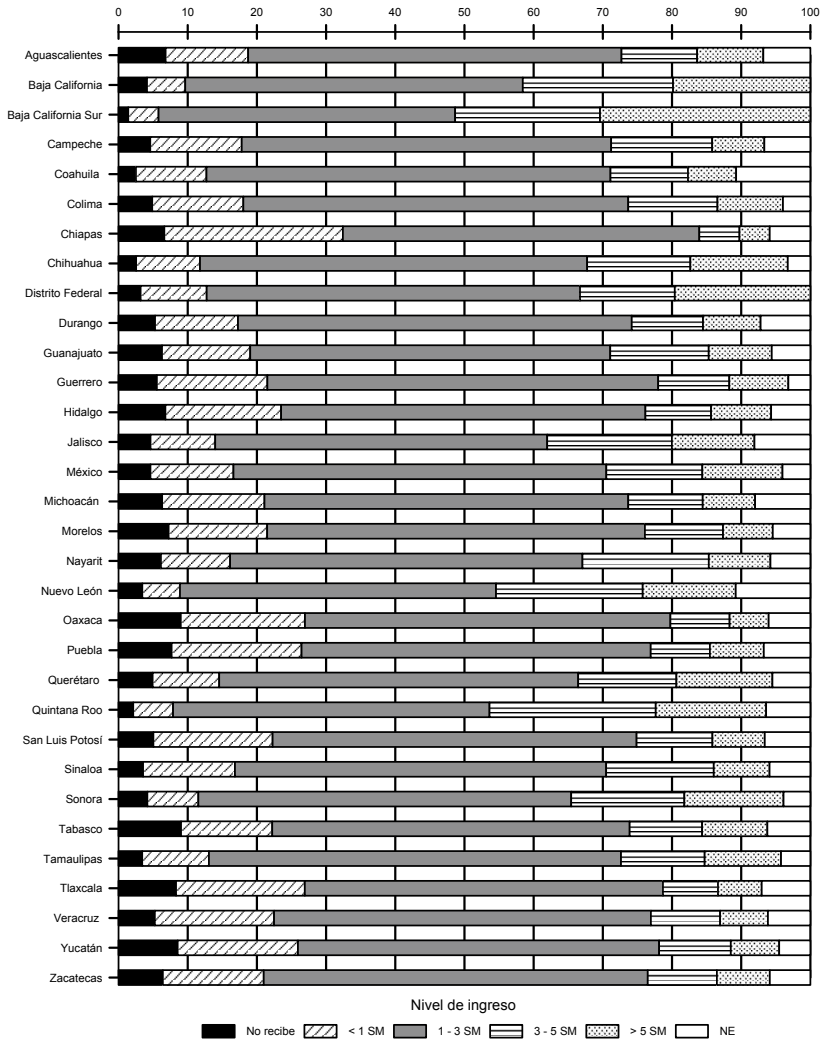
por su cuenta, 46 y 42.6% del total, respectivamente.

Esta composición laboral refleja la estructura de los empleos que genera la actividad turística, la cual no es ajena a la de la economía general del país. Para afinar el estudio del empleo una de las variables a considerar son los niveles de ingreso. Sólo se tiene acceso actualmente a la información detallada de 2010, pero sirve para identificar la capacidad adquisitiva de los empleos generados por el sector (Anexo 8; Figura 15).

Lo primero que salta a la vista es que la situación de los trabajadores en el sector turístico es precaria. Además de tratarse de ocupaciones temporales, lo que predomina son los muy bajos salarios: 5% de los ocupados no perciben ingreso alguno, 12% no alcanza un salario mínimo mensual y 52% gana entre uno y tres salarios mínimos. Esta manera de considerar los ingresos deriva del uso de una variable que permite generalizar los datos: el denominado *salario mínimo* que es un monto que calcula cada año la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, en la que actúan representantes de los sectores laboral y empresarial con participación del Estado y que, hasta ahora, tenía diferentes valores según una cierta regionalización geográfica por considerar que hay zonas en las que el costo de la canasta básica es más cara (fronteras, capitales) que en otras. A partir de diciembre de 2015 se homologa el salario mínimo a todo el país. Pero, en la gran mayoría de los casos, es *letra muerta*.

En 2010, fecha de los datos censales aquí presentados, el salario mínimo promedio diario en México era de $55.47 pesos y el tipo de cambio respecto al dólar norteamericano era de $12.50 pesos por dólar. Es decir que por una jornada laboral de ocho horas el salario mínimo era de US 4.43.[25] Uno de los argumentos utilizados en el medio hotelero y restaurantero, por ejemplo, es que se paga el salario mínimo porque los trabajadores reciben, además, las propinas que dejan los clientes, las cuales son

[25] En 2015 el salario mínimo diario alcanza los 70.10 pesos mexicanos a un tipo de cambio promedio de 18 pesos por dólar, lo que significa que el salario mínimo real ha disminuido de US 4.43 en 2010 a US 3.88 en 2015. Los datos



Fuente: INEGI. Microdatos. Censo de Población y Vivienda 2010.

Figura 15. Niveles de ingreso de la PEA ocupada en hoteles y restaurantes, 2010.

muy variables e incluso inexistentes en muchos casos.[26]

De los centros turísticos de excelencia mencionados, tan solo los que se localizan en el corredor San José-Los Cabos, en Baja California Sur, presentan una estructura laboral un poco menos desequilibrada con 48.6% de los ocupados que reciben hasta tres salarios mínimos y 30.4% con ingresos superiores a los cinco salarios mínimos, el valor más alto de la clasificación censal del país. La contraparte es el estado de Quintana Roo con 53.6% de la PEA ocupada con menos de tres salarios y 16% con ingresos superiores a los cinco salarios; en la Ciudad de México, 66.7% recibe hasta tres salarios y 19.6% lo hace por arriba de los cinco salarios.

Estos fríos datos no dejan duda acerca de la calidad del empleo que genera la actividad turística en México.

provienen de la propia Comisión Nacional de Salarios Mínimos y del Banco de México (en línea).

[26] Los *hotels all inclusive* cargan en la cuenta un cierto porcentaje, generalmente 5%, para propinas que se reparten en teoría entre todo el personal. Así, los huéspedes se sienten libres de no dejar más propina por el servicio recibido.

TERCERA PARTE:
A MODO DE CONCLUSIÓN

VI. CLAROSCUROS DEL TURISMO MEXICANO

El objetivo oficial para la inversión en el sector turístico ha sido la creación de empleos, la obtención de divisas y la incorporación de espacios marginales a la vida nacional mediante el desarrollo regional. El discurso presidencial de cada sexenio desde hace más de medio siglo resulta repetitivo: el turismo es prioritario para el país, el turismo es la panacea para el desarrollo de las zonas pobres del país, el turismo permitirá la incorporación de la población indígena, etcétera. No obstante, los resultados obtenidos a lo largo de más de sesenta años de aplicación de esas políticas muestran sólo éxitos parciales social y económicamente y se han abierto espacios a la nueva actividad sin tomar en cuenta las actividades preexistentes, los usos y costumbres de los pobladores campesinos, las experiencias tradicionales en el manejo del entorno, y no se ha logrado un desarrollo regional equilibrado en las zonas afectadas por el sector.

Son múltiples las causas de los aciertos y desaciertos: desde los problemas estructurales de la economía mexicana, acentuados por la crisis actual y agravados por la caída de los precios internacionales del petróleo, la aplicación de las medidas neoliberales y el fin del Estado rector, hasta características específicas de la vida política nacional que se traducen en lo que se denomina coloquialmente como "sistema métrico sexenal", o sea la gestión de cada presidente en funciones que no tiene continuidad en la siguiente administración. Este fenómeno se da a diferentes escalas, especialmente en el ámbito municipal en donde algunos ediles, que deben durar en su cargo tres años, lo abandonan a finales del

primer año o en el segundo para aspirar a un puesto de mayor relevancia, como el de diputado, o inclusive el de gobernador de su entidad.

A lo largo de estas décadas ha predominado la construcción de una infraestructura destinada al turismo masivo internacional y en particular para el ocio de sol y playa, en alojamientos *ad hoc* (hoteles categoría cuatro, cinco estrellas o gran turismo). Favorecer el turismo litoral y privilegiar al mercado norteamericano implican los mayores desaciertos de la política oficial mexicana por varias razones: por una parte, se genera una ocupación desequilibrada del territorio, se construyen puntos o nodos de inversiones enormes que no se traducen en un impulso a las diversas actividades económicas ni en una mejoría social y económica de las poblaciones concernidas. Por otra parte, se crea una profunda dependencia hacia un solo mercado lo que, a su vez, incrementa la aleatoriedad de la actividad, como sucedió en 2008-2009 debido a la crisis financiera mundial de gran impacto en los Estados Unidos, o como ocurre en estos últimos años debido tanto a la inseguridad y la violencia que prevalecen en nuestro país, como a la persistencia de la crisis económica internacional y la reciente (2015) declaración oficial de recesión en Canadá. Además, la contracción de la economía mundial impactó el mercado turístico porque ante los despidos y las bajas salariales, los posibles turistas de los países emisores "pospusieron sus viajes o incluso (los) cancelaron …. reduciendo de modo considerable sus presupuestos para el viaje" (UNWTO-ILO, 2013:6).

> La crisis económica global de 2008-2009 afectó severamente el turismo internacional… causó la primera contracción que enfrentó el turismo en décadas… (lo que dio lugar a) serias repercusiones respecto a las perspectivas de desarrollo de varios países… y tuvo serio impacto en los grupos vulnerables de empleados de los países en desarrollo (UNWTO-ILO, 2013:1).

La falta de un plan rector a largo plazo ocasiona, asimismo, que no haya continuidad de los proyectos y que se rompan los ritmos de construcción y de consolidación de algunos de los centros turísticos.

Tal parece que la búsqueda de nuevas oportunidades de inversión y de especulación inmobiliaria dan lugar a la apertura de nuevos espacios. Quedan así sitios "estacionados" en el tiempo, dormitando en espera de una resurrección o de su desaparición como tales, y no se puede entender por qué quedan en el limbo inversiones multimillonarias. En el propio FONATUR (2006) se considera que no ha habido continuidad en esos proyectos y que, a las enormes inversiones iniciales para la construcción de infraestructura vial, aeroportuaria y urbana, no siguieron acciones que los consolidaran. Loreto, por ejemplo, es de hecho un poblado fantasma; Bahías de Huatulco apenas alcanza después de los últimos cinco años las 3 500 habitaciones de hotel. La Escalera Náutica también es un fracaso.

Los destinos turísticos tienen un ciclo de vida determinado: nacen, se desarrollan y permanecen activos durante un lapso más o menos largo y llegan a la decadencia al perder su lugar en el mercado mundial. Las causas son variadas: desde la obsolescencia de las obras de infraestructura urbana y hotelera, la capacidad o la posibilidad de actualizar o modernizar las instalaciones con diseños modernos, la cualificación de los servicios, y, sobre todo, la publicidad. El surgimiento de nuevos destinos ubicados en medios naturales semejantes implica una fuerte competencia, sobre todo en el caso del turismo de sol y playa.

Para cerrar este ciclo de reflexión acerca del turismo desde la geografía, se retoman algunos aspectos mencionados en el marco teórico referidos sobre todo a lo que considero fundamental desde la perspectiva de nuestra disciplina: los impactos positivos y negativos en el espacio humanizado derivados del turismo. Es decir, qué pasa en el espacio, en el territorio, según las acciones sociales, económicas y políticas de las sociedades que lo han ocupado a lo largo de estas décadas. Se plantean, pues, los aspectos positivos a que da lugar la actividad turística desde la denominada plataforma apologética (Jafari, 2005) por ser la que refleja la mentalidad de los discursos oficiales. Estos efectos positivos son: la creación de empleo, la generación de divisas, el uso de la infraestructura existente y el consumo de productos locales lo que complementa otras actividades en la zona y se promueve el desarrollo regional. Desde el punto de vista de las sociedades concernidas, el turismo promueve la

educación y busca el entendimiento entre los pobladores locales y los visitantes al reducir barreras lingüísticas, socioculturales y religiosas (Jafari, *op. cit.:*41).

También hay que señalar los aspectos negativos, lo no logrado de los proyectos oficiales, los impactos espaciales, sociales y económicos que el turismo deja en el país desde la denominada plataforma precautoria (*ibid.*). En particular hay que destacar el incremento de la inflación, la importación de bienes superfluos, la dependencia del exterior, la vulnerabilidad ante agentes exógenos (climáticos, políticos, económicos, epidemias) y los cambios en la estructura familiar al entrar las mujeres y los jóvenes al nuevo mercado laboral, etcétera (*ibid:*42).

El territorio: las bondades y la afectación negativa de la ocupación del espacio

> *El conocimiento de un espacio sea este un territorio, un lugar o una región, implica no sólo describir y diagnosticar su configuración actual, sino también reconocer, a través suyo, el carácter dinámico de todas las sociedades humanas, es decir, la condición genética del espacio.*
>
> A. García Chiang

No cabe duda que un territorio no ocupado social y económicamente sólo puede responder hoy día al concepto de protección al medio. Es decir, tiene un elevado valor ambiental por la conservación de los elementos de la naturaleza que lo caracterizan. Pero, al mismo tiempo, se trata de espacios que son codiciados por las poblaciones que se asientan en ellos o en sus inmediaciones y cambian de destino, de uso, ante el acelerado crecimiento demográfico del país y la necesidad de los grupos humanos de obtener sustento, habitación e ingresos. También son buscados por sus atractivos por los inversores oficiales y privados con miras a la obtención de ganancias muy superiores a las de la ocupación tradicional gracias a la puesta en marcha de la actividad turística.

En tanto la ocupación demográfica ejerció una presión equilibrada en el sentido de no sobreexplotar la naturaleza –por ejemplo, con la práctica

del huerto maya en la península de Yucatán– la acción humana sobre el territorio no era alarmante: en general, se podía conservar la selva, las especies endémicas de flora y fauna, los humedales, el agua. De la rotación de cultivos se obtenían los alimentos y las materias primas necesarias. El uso racional de los recursos en las franjas costeras, en las áreas boscosas o de selva tropical, inclusive en las regiones áridas del país, facilitaba ese mismo equilibrio, cierto es que a los niveles precarios de vida típicos de los países subdesarrollados. No obstante, "el éxito mercantil obtenido a consecuencia de esta oferta de destinos alternativos [los paisajes culturales] consolidó la idea de que el turismo era clave para detonar el desarrollo económico a cualquier escala y en cualquier punto de la geografía terrestre" (Hernández, 2014:302), lo que justifica instrumentar una política de apertura de espacios a nuevos usos.

El dilema aquí es cómo lograr un desarrollo sustentable para asegurar a las generaciones futuras la pervivencia al mismo tiempo que se conserva la naturaleza, cuando son múltiples los factores sociales (crecimiento demográfico), económicos (neoliberalismo, capitalismo salvaje, pobreza) y políticos (la propia práctica de la política nacional, el nuevo orden internacional derivado de la globalización, las directrices del Banco Mundial, las finanzas controladas por las bolsas de valores) que parecen hacer todo lo posible por no llegar nunca a la meta predicada en los foros mundiales.

La mayor parte de los territorios que se han abierto a nuevas actividades en México son de dos tipos: los que corresponden a las necesidades de una creciente población rural que busca nuevas áreas de cultivo y quema de bosques y pastizales bajo el tradicional sistema de roza-tumba-quema, y los que se derivan de la apertura de áreas para agostadero para la expansión de la ganadería que provocan una seria desforestación, en particular en regiones tropicales.

El otro tipo de ocupación territorial para un nuevo uso es el destinado a la actividad turística la que:

> ha contribuido por su parte, al acaparamiento del dominio costero. En el peor de los casos induce agresiones a ambos ámbitos (terrestre y

> acuático) sobre los que descansa su funcionamiento el cual impide en el mejor de los casos, que se practiquen otras actividades con efectos secundarios menos discutibles (acuacultura). El problema de los desechos sólidos y efluentes se agrava cuando existe el turismo de masas (Dupon: 1993:18).

La apertura de nuevos espacios para uso turístico se basa fundamentalmente en la belleza del paisaje, en sus ventajas climáticas, en la accesibilidad, pero no se toma en cuenta el uso del suelo previo a las modificaciones ni se lleva a cabo una planeación ordenada. "Se usa el litoral, pero el efecto se extiende tierra adentro … por tanto es importante determinar cuál es el 'ámbito terrestre' de cada destino" (Navalón, 1995:25).

El turismo ocasiona una vulnerabilidad ambiental que se traduce en efectos nocivos sobre los humedales, los manglares, la calidad del agua, por la extracción excesiva de los acuíferos y la contaminación causada por el uso de herbicidas e insecticidas. Las franjas costeras son afectadas por huracanes, se alteran las barras arenosas y las dunas costeras, se construyen espigones para detener la pérdida de arena de las playas y se alteran las corrientes marinas litorales (García *et al.*, 2011). El crecimiento desorbitado de la costa del Caribe se ha realizado sobre zonas de manglar y de humedales sin ninguna contemplación por las cuestiones ambientales. Así, la realidad contradice las declaraciones de sustentabilidad ambiental y de proyección social:

> La zona más frágil de la entidad es la franja costera. Los cambios en la ocupación espacial, la generación de grandes obras de infraestructura, la expansión y multiplicación de las manchas urbanas asociadas a importantes áreas con población que vive en la marginación, están entre los principales motores de esa transformación… el turismo aunque genera riqueza también genera marginación y expulsión social… la riqueza proveniente de la actividad turística en Quintana Roo no es distribuida… de manera equitativa en toda la geografía regional y mucho menos ha contribuido al desarrollo integral de sus regiones (Romero, 2012:172).

Los beneficios socioeconómicos derivados del turismo. Las pérdidas

La finalidad primera de las políticas oficiales instrumentadas por el Estado desde hace décadas han sido la obtención de divisas y la generación de empleos que deben coincidir en un desarrollo regional. Tienen, pues, un fuerte componente socioeconómico. Ya se ha mencionado antes, el peso que tienen los ingresos por el turismo internacional en la balanza de pagos del país, así como su participación en la generación del producto interno bruto.

Desde la geografía hay que considerar qué sucede en las poblaciones concernidas, el impacto en el comportamiento demográfico, en los modos de vida de las comunidades locales, en los tipos de empleo. Puesto que la promoción de los destinos turísticos ha sido, hasta hace muy pocos años, la oferta de sol y playa para un turismo de masas, es conveniente analizar en primer lugar la dinámica de poblamiento de muchos de los municipios costeros, tanto del litoral pacífico como en la costa caribeña.

Es notable el caso de aquellos destinos surgidos en espacios "vacíos", es decir, de muy escasos pobladores y actividades precarias o de subsistencia, en los que la apertura para los nuevos usos, la construcción de la infraestructura básica, las obras de urbanización primero y las de los hoteles después, atrajeron a una población trabajadora en general con bajo nivel de cualificación: albañiles, peones, obreros. Es una migración temporal proveniente tanto del *hinterland* cercano como de lugares más lejanos, que poco a poco se va asentando en el nuevo destino y va llamando a las familias ante el espejismo de oportunidades de un trabajo mejor pagado. Crecen así las necesidades de vivienda e infraestructura para esa nueva población conformada sobre todo por jóvenes: servicios municipales, escuelas, clínicas y hospitales, sistemas de transporte urbano, etcétera.

El impacto de este crecimiento sobre el espacio es obvio: la dinámica poblacional sobrepasa los planes de ordenamiento (cuando los hay) y a la sombra de los territorios hoteleros surgen "ciudades" creadas con materiales de desecho, en terrenos no aptos para la construcción, muchas veces de ocupación espontánea o ilegal. Pero son los espacios donde vive la mayoría de los trabajadores del sector.

En muchos casos, esta población no es originaria del lugar y se van mezclando las costumbres y los valores culturales de diversas partes del país, y de las diferentes etnias en el caso de los grupos indígenas, así como las que permean desde el lugar de trabajo por el contacto diario con el turista. Culturalmente hay una pérdida importante, en particular en los jóvenes, para los que la meta es poseer lo mismo que el turista, consumir lo que el turista consume. En suma, la meta es identificarse con el mundo global.

Un muestreo de nueve de los destinos turísticos de sol y playa más significativos (Anexo 9) arroja datos interesantes.[27] A nivel nacional, la población casi se duplicó entre 1980 y 2010 al pasar de 66.8 millones de habitantes a 112.4 millones. Los datos oficiales indican que poco a poco va disminuyendo la tasa de crecimiento medio anual al pasar de 1.97 entre 1980-1990 a 1.43 entre 2000 y 2010; asimismo, el incremento porcentual bajó de 21.5% a 15.2% en las décadas respectivas. Puede suponerse, entonces, que el crecimiento demográfico seguirá esa tendencia en el futuro inmediato. No obstante, en números absolutos representa una dinámica acelerada que, como ya se ha mencionado, va dando lugar a un distanciamiento cada vez mayor respecto a la dotación de servicios e infraestructuras básicas.

De los nueve destinos muestreados sobresale, obviamente, Cancún, que cuenta en 2010 con más de 660 mil habitantes.[28] Sus incrementos en cada década han sido los más importantes del país: entre 1980 y 1990 el

[27] Se han tomado los datos de los municipios donde se ubican los destinos. En el caso de Los Cabos, no hay información para 1980; en Nayarit se muestran los del municipio Bahía Banderas que ha crecido a la sombra de Puerto Vallarta y que continua hacia el norte del litoral en el proyecto Litibú-El Capomo. Cancún se encuentra en el municipio de Benito Juárez y demás municipios de la costa maya.

[28] Vale la pena recordar que en 1970 cuando se empezó la construcción del CIP, todo el estado de Quintana Roo contaba solamente con 50 mil habitantes, lo que le daba una densidad de un habitante por kilómetro cuadrado. El incremento poblacional de la entidad se debe fundamental a la inmigración.

aumento de la población de Cancún fue de 375%, la siguiente década fue de 137.5% y se ha ralentizado entre 2000 y 2010 hasta un 57.5%. Otro caso interesante es el de Puerto Vallarta y el denominado Nuevo Vallarta, Nayarit, los cuales forman un enclave lineal en el litoral de la Bahía de Banderas: en 1990 contaban con 57 mil habitantes, para 2010 ya eran 380 mil. Los Cabos se comporta de manera semejante con una dinámica acelerada: de 44 mil habitantes en 1990 pasa a 240 mil en 2010, con incrementos de 140% y 126%, respectivamente.

También se pueden observar en dicho anexo aquellos destinos que no han tenido un ritmo de crecimiento tan acelerado −sobre todo en números absolutos− como sucede en los casos anteriores. Tiene un ritmo oscilante de avance-retroceso y llegan a quedarse rezagados. Así ocurre en Escuinapa (Playa Espíritu), que crece muy lentamente, o en Puerto Peñasco. Huatulco incrementa su población, pero se mantiene con el mismo número de cuartos de alojamiento en los últimos años.

Estos incrementos de población dan lugar a una cada vez mayor ocupación del espacio. Dos ejemplos: San José del Cabo y Los Cabos han pasado de ocupar 1 070 y 1 086 hectáreas en el año 2000, respectivamente, a cubrir una superficie de 3 150 y 3 487 hectáreas en 2015. Cancún y Playa del Carmen ocupaban en 2000, 4 875 y 959 hectáreas respectivamente, mismas que se incrementaron a 13,027 y cerca de 4 000 hectáreas en 2000 y 2010, respectivamente (Figuras 16 y 17).

Un fenómeno reciente, cierto es que local, pero que permite abrir una ventana de optimismo en este sentido es lo que está ocurriendo en la península de Yucatán (García de Fuentes *et al.,* 2015; Jouault *et al*., 2015). El litoral de Quintana Roo es el mayor enclave turístico del país, muestra de una ocupación longitudinal, estrecha, del territorio, sin impacto regional. No obstante, en el traspaís, en el interior de la península, de fuerte significado indígena, se están abriendo pequeñas comunidades administradas por los propios habitantes, a veces con la participación de organizaciones no gubernamentales, que ofrecen una alternativa al turista que huye de la masificación: oferta cultural, de naturaleza, de un entorno original contra la disneyzación. Y los jóvenes han descubierto que la lengua originaria, las costumbres de los ancestros, la propia historia, son atributos de gran

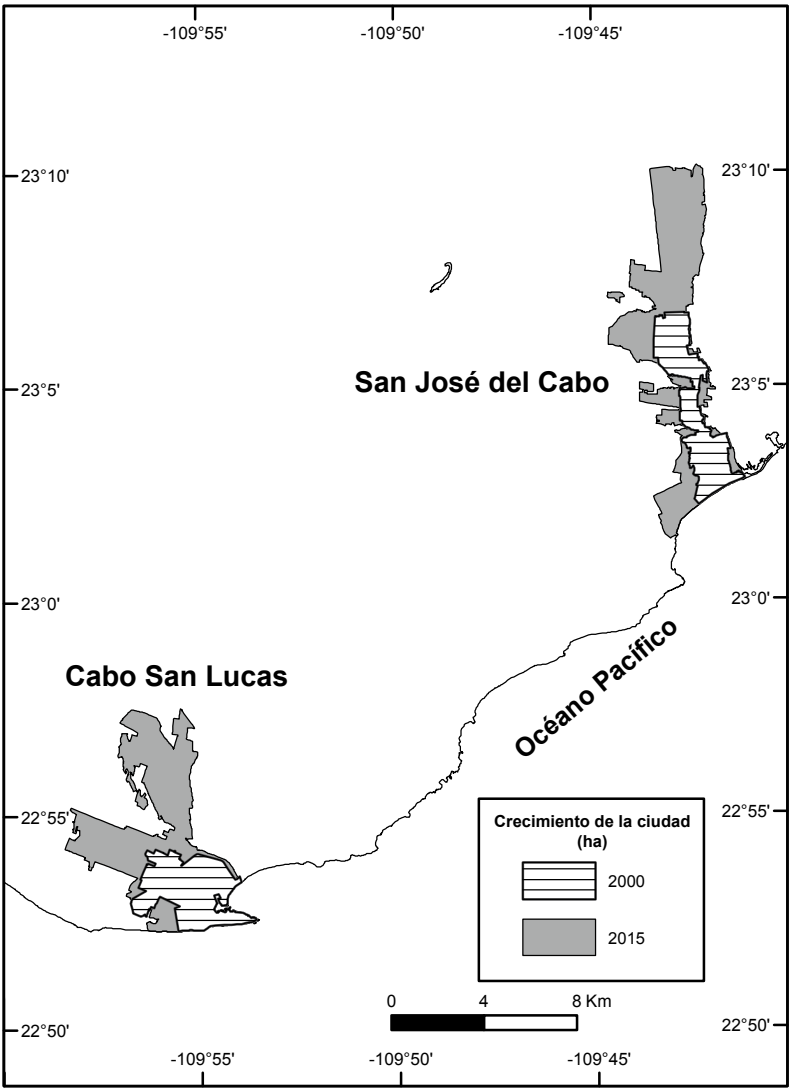


Figura 16. Crecimiento espacial San José del Cabo y Cabo San Lucas, 2000-2015.

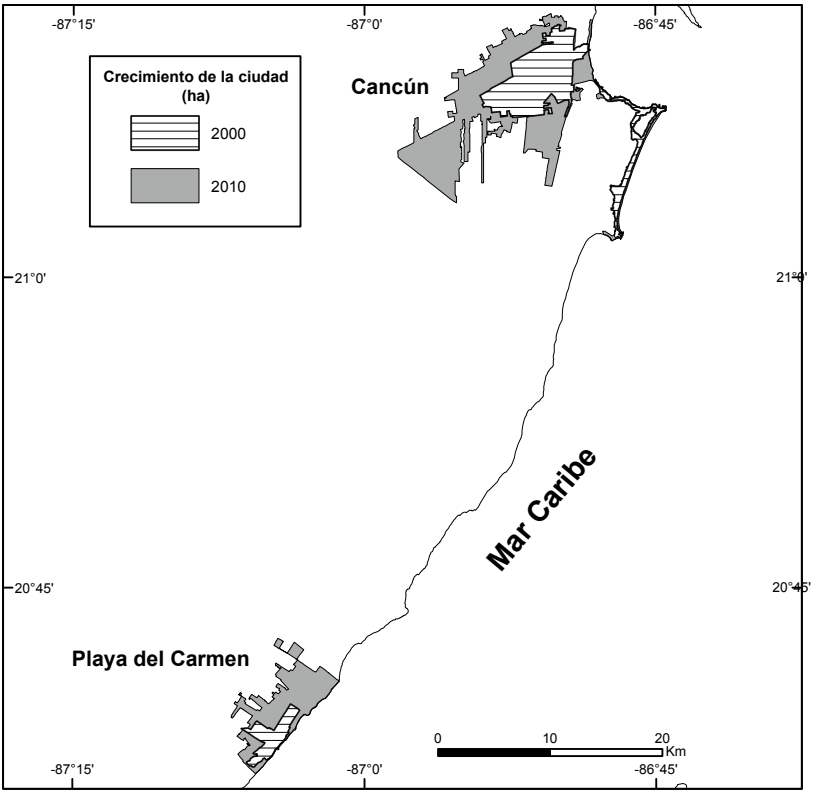


Figura 17. Crecimiento espacial Cancún-Playa del Carmen, 2000-2010.

valor (Jiménez, 2016). En consecuencia, se revierten las tendencias y se vuelve al aprendizaje de lo propio. Sigue siendo un turismo marginal por el número de turistas que lo practican y, al mismo tiempo depende del turismo de sol y playa vecino, de la infraestructura de la costa (aeropuertos, transportes, etcétera). Pero es una opción diferente.

En otro capítulo se ha analizado la cantidad y la calidad del trabajo generado por el sector turístico. Según la Organización Internacional del Trabajo el turismo ofrece empleo para trabajadores con poca o nula

preparación, por tanto, hace accesible el mercado laboral para los pobres aun cuando también esto da lugar a "…. contratos de trabajo temporal, horas de trabajo irregulares, falta de progresión en la carrera laboral y bajo nivel de sindicalización del sector turístico […] La calidad del trabajo turístico depende en mucho del mercado laboral de cada país y de la temporalidad estacional del turismo" (UNWTO-ILO, 2013: 4, 5).

Una de las fallas del proceso turístico en el país ha sido la falta de esquemas de capacitación para la población que va a trabajar en los destinos turísticos, tanto en lo que se refiere, como ya se ha mencionado más arriba, a un nuevo tipo de actividades totalmente diferentes a las tradicionales, como a los distintos "modos de vida" de los visitantes. La formación de los nuevos cuadros en los hoteles, en particular los de cinco estrellas y gran lujo, implica una labor de enseñanza constante, muchas veces difícil por el abismo cultural que existe entre la idiosincrasia del trabajador, sobre todo cuando proviene del medio rural, y la del visitante.

Un estudio reciente acerca de las condiciones laborales en México (Murayama y Gómez, 2015) muestra que en particular los salarios se van deteriorando paulatinamente respecto a quinquenios anteriores, sobre todo en lo que respecta al poder adquisitivo.

> El empleo en México se extiende en ocupaciones de baja productividad, escaso cumplimiento de los derechos laborales −carencia de acceso a la seguridad social y a la protección de la salud por el centro de trabajo− bajos salarios y largas jornadas. Es esto lo que produce la elevada informalidad y hace que la precarización del trabajo sea el signo característico del mercado laboral del país en pleno siglo XXI (*op. cit.*:61).

Más adelante añaden que "…la economía mexicana no está generando los resultados que finalmente toda actividad productiva nacional debe buscar: asegurar las condiciones materiales de subsistencia de la población y generar bienestar para los habitantes, y no sólo para algunos segmentos privilegiados" (Murayama y Gómez, 2015:155). Otros autores señalan que hay que considerar con atención las cifras globales de empleo hotelero que "han aumentado de manera evidente, (pero)

que aparecen nuevas y preocupantes tendencias, como son el inexorable descenso de los trabajadores fijos y el claro aumento de los eventuales" (Caravaca *et al.*,1998: 262).

> Algunos tipos de desarrollo turístico en el corto y en el largo plazo: "pueden dañar más que aliviar la pobreza. Esto ocurre si: se remueven o agotan los recursos de apoyo; cuando se devalúa o erosiona la herencia cultural, cuando se incrementa la contaminación del entorno; cuando se destruyen las estructuras sociales de las comunidades; cuando se desvían recursos de otras estrategias vitales (UNWTO-Netherlands Development Organization, 2010:31).

La actividad turística es fuente de impactos positivos y negativos tanto en las sociedades afectadas como en la economía del país en su conjunto. El sector está fuertemente imbricado con los otros sectores de la economía: agricultura, industria, transporte, comercio, y los cambios que ocurren en la dinámica del turismo afectan en mayor o menor medida a los demás sectores. Por ello es fundamental que las políticas oficiales respectivas contemplen los enlaces que existen entre cada parte de la economía nacional. Un ejemplo de ello es la relación comercial que se genera entre los destinos turísticos y los diversos proveedores de todo tipo: alimentos, equipos y materiales, menaje de hoteles y viviendas, etcétera. Los flujos de abastecimiento tienen un fuerte componente geográfico por la ubicación de los extremos del flujo (origen-destino) y la calidad de la conectividad entre ambos (vías terrestres, aéreas o marítimas). Además, al no tener un verdadero desarrollo regional, la dependencia hacia el exterior, tanto hacia el resto del país como al extranjero, se agudiza. Tal es lo que sucede entre Cancún y Florida y entre el corredor Los Cabos con California, por ejemplo.

Las políticas oficiales

> *Tenemos claro que el turismo es un sector en crecimiento que genera bienestar y que genera millones de empleos… genera cadenas de valor que incluyen tanto a las zonas indígenas más apartadas como a la industrial, pequeños comercios, servicios y hasta (*sic*) los grandes hoteles.*
>
> E. Peña Nieto (2015).

Más arriba se han analizado las políticas instrumentadas por el Estado mexicano a lo largo de casi un siglo. Lo que hoy se puede decir es que el discurso sigue siendo el mismo, quizá con distintas palabras, pero que a pesar de los contratiempos que la actividad ha sufrido no se toman medidas serias al respecto. Persisten las declaraciones de creación de empleos, obtención de divisas, desarrollo regional, al que ahora se añaden los beneficios que obtendrán los pueblos indígenas y la población marginada. Lo que va cambiando es la estructura burocrática del sector, se eliminan o se crean instancias, por temporadas se buscan "culpables" de la situación y se llama a la desaparición de FONATUR, por ejemplo, o de la misma Secretaría de Turismo. Luego, las aguas se apaciguan y todo sigue igual. Un ejemplo es la creación del ya mencionado Consejo de Promoción Turística de México, el cual tiene por objeto "planear, diseñar, coordinar y realizar, en coadyuvancia (*sic*) con la Secretaría [de Turismo] las políticas y estrategias de promoción turística… Está conformado por 15 representantes de diversas instancias gubernamentales y 14 representantes del sector privado –prestadores de servicios turísticos y de empresas turísticas–" (UNWTO, 2014:42-43). Entre sus funciones destacan: promover la imagen del país, el desarrollo de productos, la promoción de destinos, facilitar la obtención de visas y viajes, la conectividad, etcétera (*ibid*.:130). Es decir, nada que no se haya hecho anteriormente.

Las declaraciones del actual presidente de la república y del actual secretario de urismo añaden nuevos elementos. Enrique Peña Nieto, según nota periodística (Paredes y Espinosa, 2015), instruye a la SECTUR

a impulsar una estrategia de turismo social enfocada e los mexicanos de menos recursos. La actividad "no solamente es generadora de empleos y divisas, sino que también genera prosperidad (*sic*) en las comunidades, de ahí que es una creciente alternativa de ingresos, especialmente para mujeres y jóvenes". Mientras, Enrique de la Madrid, secretario de turismo desde fines de 2015, comunica que la dependencia, es decir el Estado, va a colaborar con la iniciativa privada hasta con 50% del financiamiento en la construcción de hoteles, para incrementar la oferta de cuartos, en particular en destinos que no han despegado como debieran como Huatulco, Ixtapa-Zihuatanejo y Loreto: "Vamos a consolidar destinos turísticos antes de desarrollar otros nuevos" (De la Rosa, 2016). Aparentemente, hay una vuelta atrás, a las políticas de los años setenta, cuando el Estado participaba con préstamos del BID o del Banco Mundial en la construcción de la infraestructura hotelera.

Lo anterior conduce a replantearse la función que desempeña FONATUR y los resultados obtenidos a lo largo de las décadas de acción que ha llevado a cabo, puesto que sigue siendo uno de los principales actores del manejo del sector en el país El organismo recibe constantes críticas por lo que hace y lo que no hace. Pero, al mismo tiempo, en los destinos que controla realiza obras que los municipios concernidos deberían llevar a cabo y no hacen: mantenimiento de la infraestructura urbana, de ciertos servicios municipales (agua, drenaje), aun cuando lo que más realiza en las últimas décadas es la promoción inmobiliaria mediante la venta de los terrenos expropiados que corresponden a cada CIP. Si bien antes la venta carecía de transparencia y se prestaba a manejos no del todo claros (asignación de lotes por subasta cerrada, obligación de construir en tiempos predeterminados y bajo normas arquitectónicas fijas), en la actualidad la venta es abierta y se especifican los usos hoteleros, residenciales y comerciales de los terrenos.

Como todo, las acciones de FONATUR tienen una vertiente positiva y otra negativa. Esta última es la que se caracteriza por las cuentas irreales que se hacen al proyectar ciertos destinos cuyas inversiones millonarias se justifican por una supuesta demanda futura que no contempla la realidad del mercado interno ni la del exterior.

Uno de los mejores ejemplos de lo anterior es la denominada Escalera Náutica, de la que ya se ha hablado más arriba. Proyectada en el sexenio de Vicente Fox como el mayor plan de desarrollo turístico, preveía 23 mil nuevas posiciones de atraque para embarcaciones, 17 mil cuartos de alojamiento de los cuales 10 500 corresponderían a hoteles y 4 500 a condominios, 1 900 villas y residencias y 34 nuevos campos de golf. Además, se consideraba la construcción de la carretera Santa Rosaliita en la costa del Pacífico a Bahía de los Ángeles, del lado del Golfo, para evitar a los barcos bordear toda la península, así como diez aeropuertos internacionales y mejorar algunos aeródromos ya existentes en la región (http://goo.gl/1NbvsY).

Se planteó llevar a cabo el proyecto en tres etapas: la primera, de 2001 a 2006, consistía en la creación de la infraestructura básica para detonar la actividad náutica, la creación de puestos de operación de las franquicias e incorporación de las marinas existentes, la construcción de nuevos paradores náuticos, el inicio de nuevos centros náuticos. La segunda etapa, de 2007 a 2014, daría impulso a la inversión pública y privada para el desarrollo de las 23 mil nuevas posiciones en diferentes marinas. La tercera etapa, de 2014 a 2015, permitiría consolidar el proyecto.

En 2005, el maravilloso proyecto hacia agua (en términos marinos) y se perfilaba como otro fracaso en el que se habían invertido 386 millones de pesos: "las principales obras están suspendidas, las escalas náuticas siguen inutilizadas y FONATUR no ha obtenido todos los permisos legales ambientales" (Enciso 2005). En 2008, FONATUR pretendió reactivar la Escalera, así como otros destinos (Loreto, Huatulco e Ixtapa) mediante un presupuesto multimillonario. En 2011, se comentaba que era una "escalera a la que le faltaban escalones". En 2014 "el mal comportamiento de las marinas (del Mar de Cortés) se debe a que desde 2007 se acordó dejar de invertir en el proyecto… todos los intentos de salir (*sic*) fueron infructuosos y solamente se generó un deterioro en las instalaciones lo que disminuyó su competitividad" (www.reevolución.mx).

Hace pocas semanas, el director de FONATUR declaraba que "no se ha logrado concretar la conectividad marítima que se había planeado, el proyecto ha dejado de ser rentable. La dependencia buscará volver a

licitar el proyecto para su venta" (será la tercera vez que se licite la venta del proyecto a la iniciativa privada) (Alcánta, 2014).

Otros proyectos fallidos son Huatulco, varias veces "renacido" por las autoridades, Loreto, y Playa Espíritu, en Escuinapa, Sinaloa, que se lanzó como un ambicioso proyecto de 40 mil habitaciones a lo largo de 12 kilómetros de playa; actualmente cuenta con 60 cuartos de hotel y otros 60 condominios (www.fonatur.gob.mx).

Un destino que ha tenido un éxito relativo es el de Puerto Peñasco, conocido como *Rocky Point*, y también como la *playa de Arizona*. Se inauguró en el año 2000 como atractivo para los norteamericanos del vecino estado de Arizona, ya que está localizado a unas tres horas por carretera de las ciudades de Tucson y Phoenix. Se está construyendo un muelle para cruceros en la zona denominada Sandy Beach. Cuenta con tres campos de golf, varios hoteles de cinco estrellas, condominios, áreas residenciales de lujo al borde de la playa cuyos dueños son norteamericanos. Y en cuanto el muelle esté terminado se incrementará la demanda de esas propiedades y "el alza en los precios no afectarán a los residentes porque se va a dar en las propiedades a pie de playa las cuales no pueden ser compradas por los locales", por carecer de poder adquisitivo, como opina la directora de ventas de la empresa Puerto Privada Luxury Waterfront Condominiums. No obstante, también hay proyectos sin terminar, como condominios vacíos y renovaciones hoteleras: "Todo el mundo ve las islas de lujo rodeadas de un mar de pobreza" (www.ezcentral.com).

> Mucho del desarrollo turístico se encuentra todavía en proyecto, en 20 kilómetros de playa de la zona de Sandy Beach… que implican una inversión de 1,200 millones de dólares… Se espera en el corto plazo la construcción de más de 10,000 cuartos, de los cuales alrededor de 1,000 son cuartos de hotel, el resto corresponde a segundas residencias… El objetivo de impulsar el desarrollo turístico de Puerto Peñasco es la supuesta derrama económica que conlleva. Sin embargo (ésta) se encuentra muy por debajo de la que se produce en otros destinos cercanos… En Los Cabos el gasto promedio diario por turista ronda los 450 dólares, en Playas de Rosario es de 96 dólares y en Puerto Peñasco sólo de 50 dólares (Enríquez, 2008:8).

Todo lo anterior permite concluir que las diversas políticas oficiales y las acciones de los diferentes organismos encargados de llevarlas a cabo no tienen una continuidad satisfactoria y verdaderamente productiva. Se avanza en algunos puntos, se hacen planes gigantescos en otros, se olvidan o se abandonan destinos… y se vuelve a empezar.

Colofón: la segregación espacial, impronta del turismo

> *Una estación turística del Sur ofrece siempre un doble territorio. Hay el de los turistas internacionales, que es al mismo tiempo el de los empleados de la industria turística, de los comercios y los servicios… El segundo es periférico… y los asalariados del primer territorio viven en barrios populares o incluso en vecindades (bidonvilles)*
>
> Hoerner (2007:19).

Los paisajes construidos por FONATUR para el turismo de masas internacional son uniformes, el diseño arquitectónico, el modelo urbano, es semejante en todos ellos y, al igual que la mayoría de las grandes ciudades mundiales, se pierden las características significativas de cada lugar. En el caso de las ciudades, hay que llegar a sus centros históricos para diferenciarlas unas de otras. En los destinos turísticos de sol y playa esa diferenciación, esa caracterización particular no existe puesto que el diseño de todos ellos es semejante: una fila de enormes hoteles a nivel playa tan larga como el litoral respectivo, sin un paseo marítimo y sin accesos para la población local; inmediatamente detrás, una o varias zonas comerciales, centros de convenciones, etcétera, y una primera zona urbana, residencial, para los empleados de nivel medio y alto del destino, con una infraestructura comercial y de servicios *ad hoc*. Mucho más atrás, fuera del alcance de la vista de los turistas se extienden las áreas de vivienda de los trabajadores del destino. Ante el establecimiento de un centro de alto valor, los espacios periféricos se van a ver ocupados por los pobres, por los trabajadores de esas zonas centrales quienes no pueden competir por mejores ubicaciones ante el alza del precio del suelo. Se crean

así zonas periféricas de marginación, de miseria, de falta de servicios elementales, "sin contar con las grandes distancias a los lugares de trabajo [y] será el cotidiano vivir de esa nueva forma de dualidad de segregación social" (Geraiges, 2007:59).

Un ejemplo de lo anterior es la ocupación del espacio a que ha dado lugar el crecimiento de Cancún –sin considerar la expansión hacia el sur del litoral–. En la Figura 18 se muestra un esquema de esa ocupación del suelo. Como una de las características del mexicano es, a pesar de todo, su optimismo, los nombres de los nuevos asentamientos a lo largo de la carretera que va a Mérida reciben nombres como Avante, Ciudad de la Alegría, Un Nuevo Horizonte, Linda Vista. Los primeros asentamientos irregulares se dieron hacia el sur, en las tierras ejidales que se suponían

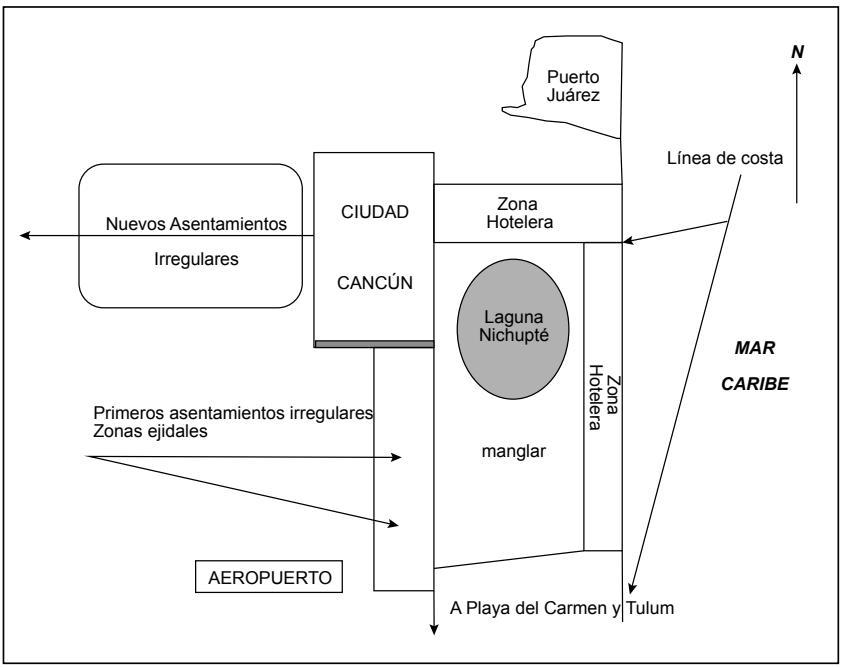


Figura 18. Segregación espacial en Cancún. Esquema.

iban a abastecer de productos agrícolas al destino, como fue el ejido Alfredo B. Bonfil, entre otros. Hoy se han consolidado como una extensión urbana de la ciudad de Cancún. El corredor Cancún-Tulum es de hecho "una ciudad lineal todavía no coalescente, pero si funcionalmente integrada que se extiende a lo largo de 120 kilómetros de costa que han sido prácticamente privatizadas" (Córdoba *et al.*, 2007:206).

Un ejemplo diferente lo constituye el CIP Bahías de Huatulco debido a que la topografía de la región incide de manera fundamental en el diseño del destino: un relieve montañoso que va perdiendo altura conforme se llega al litoral, numerosos cauces de pequeñas corrientes temporales condicionan una ocupación del espacio longitudinal a lo largo de esos cauces que han sido controlados mediante canales para conducir las aguas pluviales. El área correspondiente al plan de desarrollo del CIP está ocupada por un parque nacional (terrestre y marino) en el que hay varias zonas de humedales RAMSAR, que actualmente corren peligro ante ciertos planes de construcción hotelera.

El espacio dedicado a alojamiento para el turismo de masas es el litoral, sin que, de nueva cuenta, haya un paseo marítimo o un acceso para la población local, excepto en un par de puntos. En el pueblo se encuentran pequeños hoteles y casas de huéspedes para el turismo nacional. Inmediatamente, en la franja posterior a la línea hotelera, se hallan zonas residenciales para empleados y dueños de empresas y comercio del destino. A lo largo de la salida de las bahías hacia la carretera que une con Salina Cruz y el aeropuerto, se ha levantado un área de vivienda popular la cual, conforme se acerca a la carretera, se hace más precaria. Junto a ella se extiende la zona de talleres de toda índole. En el entronque de dicha carretera y el boulevard que lleva al centro del CIP se ha construido la Universidad del Mar, importante centro de estudios superiores que cuenta con otro campus en el vecino Puerto Ángel. Y entre la UMAR y el pueblo se tiene una zona de ocupación irregular, siempre origen de problemas con las autoridades locales, denominada Sector H3, actualmente se encuentra en vías de consolidación, pero colinda con el basurero del destino (Figura 19). Nada de esto es visto por el gran turismo que no sale de sus hoteles *all inclusive.*

La ocupación del territorio por la actividad turística de sol y playa, prioritaria para las políticas oficiales, da lugar, pues, a la conformación de enclaves lineales, sin articulación con el traspaís respectivo en la mayoría de los casos. Es por ello que corresponde a la geografía "definir y delimitar científicamente las unidades territoriales lógicas de cada concepto o variable, de forma que podamos analizarla, interpretarla o actuar sobre ella consistentemente. Es decir, estableciendo la base territorial lógica que corresponde al concepto o variable, en un momento y unas situaciones dadas" (Sánchez, 1991:141). En el caso de los espacios ocupados por el turismo influyen las propias características del territorio –entorno físico– como las acciones sociales que los van caracterizando.

> El turista busca lo auténtico, pero, dada la homogeneización cultural, difícilmente lo encuentra; es muy probable que su experiencia no pase de la observación de una representación o escenificación de la verdadera y auténtica vida de los habitantes locales del destino, a la cual

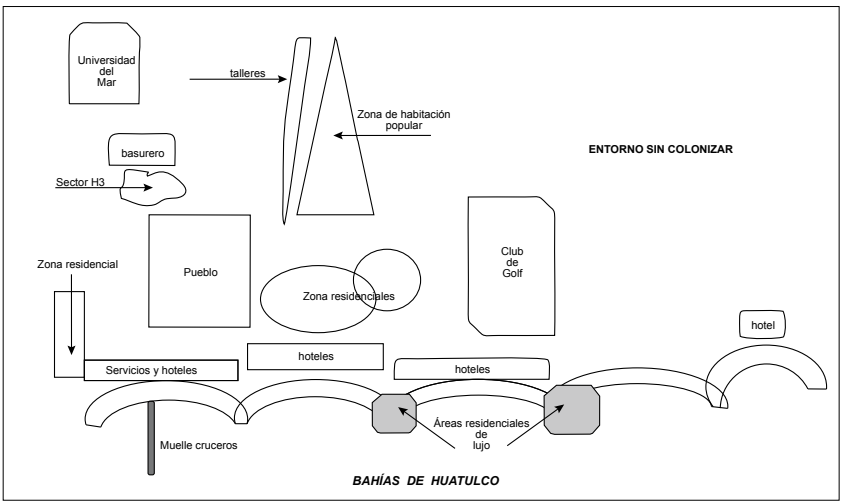


Figura 19. Segregación espacial en Bahías de Huatulco. Esquema.

> difícilmente accederá… para el turista moderno la región de atrás es el objetivo principal, pues ahí están los secretos, la intimidad, lo auténtico. Sin embargo, penetrar en la región de atrás no es fácil ya que este espacio social está reservado y es protegido por los habitantes locales, quienes celosamente conservan su cultura y "arte para nosotros" (Fernández y Castillejos, 2014:188).

Tanto si se trata de destinos para el disfrute del sol y playa, como los centros culturales, históricos, los pueblos mágicos del interior, la actividad siempre tendrá consecuencias positivas y negativas. El turismo da lugar a claroscuros que deben ser conscientemente señalados para potenciar los aspectos positivos de la actividad y mitigar los efectos negativos que puede tener sobre el medio y sobre las personas.

ANEXOS

Anexo 1. Pueblos mágicos (a octubre de 2015).

AGS.	Calvillo
	Real de Asientos
	San José de Gracia
B.C.	Tecate
B.C.S	Todos Santos
	Loreto
CAMP.	Palizada
COAH.	Viesca
	Arteaga
	Cuatro Ciénegas
	Parras de la Fuente
	Candela
	Guerrero
COL.	Comala
CHIS.	Comitán
	Chiapa de Corzo
	San Cristóbal de las Casas
	Palenque
CHIH.	Batopilas

MEX.	Malinalco
	Valle de Bravo
	Metepec
	Tepotzotlán
	El Oro
	Aculco
	Ixtapan de la Sal
	Teotihuacán
	Villa del Carbón
MICH.	Tacámbaro
	Santa Clara del Cobre
	Pátzcuaro
	Mineral de Angangueo
	Tzintzuntzan
	Tlalpujahua
	Cuitzeo
	Jiquilpan
MOR.	Tlayacapan
	Tepoztlán

QRO.	Tequisquiapan
	Cadereyta de Montes
	Bernal
	Jalpan de Serra
	San Joaquín
Q.ROO	Bacalar
	Isla Mujeres
	Tulúm
S.L.P.	Xilitla
	Real de Catorce
SIN.	El Rosario
	Cosalá
	El Fuerte
	Mocorito
SON.	Álamos
	Magdalena de Kino
TAB.	Tapijulapa
TAMPS.	Tula
	Mier

Anexo 1. Continúa.

TAMPS.	Creel
	Casas Grandes
DGO.	Mapimí
GTO.	Salvatierra
	Yuriria
GTO.	Jalpa
	Mineral de Pozos
	Dolores Hidalgo
GRO.	Taxco
HGO	Huasca de Ocampo
	Mineral del Chico
	Huichapan
	Real del Monte
	Tecozautla
JAL.	Mazamitla
	Tapalpa
	San Sebastián del Oeste
	Tequila
	Lagos de Moreno
	Mascota
	Talpa de Allende

NAY.	Jala
	Sayulita
N.L.	Santiago
	Linares
OAX.	Capulálpam de Méndez
OAX.	Huautla de Jiménez
	Mazunte
	Mitla
	Teposcolula
PUE.	Xicotepec
	Tlatlauqui-tepec
	Cholula
	Chignahuapan
	Zacatlán
	Cuetzalan del Progreso
	Pahuatlán
	Atlixco
	Huauchinango

TLAX.	Huamantla
	Tlaxco
VER.	Xico
	Coatepec
	Papantla
VER.	Coscomatepec
	Orizaba
	Zozocolco de Hidalgo
YUC.	Valladolid
	Izamal
ZAC.	Nochistlán
	Teúl de González Ortega
	Pino
	Jeréz de García Salinas
	Sombrerete

Fuente: SECTUR en línea (2015).

Anexo 2. Llegada de turistas por entidad federativa, 2014.

Estados	Totales	Nacionales	Extranjeros
Total de llegadas	99 733 523	80 745 910	18 987 613
Aguascalientes	530 503	482 246	48 257
Baja California	3 640 601	2 780 115	860 485
Baja California Sur	1 740 469	681 246	1 059 222
Campeche	1 466 950	1 225 942	241 008
Coahuila	1 624 076	1 486 025	138 052
Colima	939 655	889 599	50 056
Chiapas	3 542 911	3 190 149	352 762
Chihuahua	3 908 207	3 694 991	213 217
Distrito Federal (Ciudad de México)	11 019 773	9 006 292	2 013 481
Durango	590 814	579 313	11 501
Guanajuato	4 033 289	3 906 126	127 163
Guerrero	5 683 881	5 469 748	214 133
Hidalgo	2 608 530	2 591 366	17 164
Jalisco	7 235 525	6 156 581	1 078 944
Estado de México	2 818 680	2 690 357	128 323
Michoacán	2 457 678	2 413 936	43 742
Morelos	1 201 835	1 070 316	131 519
Nayarit	2 214 103	1 569 610	644 492
Nuevo León	2 091 330	1 676 436	414 895
Oaxaca	3 083 266	2 951 922	131 344
Puebla	3 508 823	3 108 171	400 652
Querétaro	1 685 640	1 590 425	95 214
Quintana Roo	12 257 870	3 229 908	9 027 962
San Luis Potosí	1 055 066	903 937	151 129

Anexo 2. Continúa.

Estados	Totales	Nacionales	Extranjeros
Sinaloa	2 942 071	2 579 494	362 578
Sonora	2 457 017	2 260 924	196 093
Tabasco	1 024 103	947 546	76 557
Tamaulipas	3 364 009	3 200 412	163 597
Tlaxcala	332 564	327 441	5 124
Veracruz	5 699 743	5 608 674	91 069
Yucatán	1 896 790	1 423 950	472 840
Zacatecas	1 077 749	1 052 712	25 037

Fuente: Series históricas SECTUR/DATATUR (2015).

Anexo 3. Arribo de cruceros a los principales puertos y total de pasajeros 1985-2014.

Total	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2014 p/
Arribos	1 551	1 454	1 896	2 471	3 267	2 692	2 091
Pasajeros totales	1 211 056	1 248 291	2 311 766	3 189 365	6 537 783	6 658 212	5 556 716
Cozumel Q. Roo							
Arribos	429	418	674	882	1 124	1 030	1 107
Pasajeros totales	332 632	429 531	898 463	1 504 603	2 519 179	2 925 630	3 398 929
Ensenada B.C.							
Arribos	299	321	193	219	251	156	286
Pasajeros totales	130 678	171 589	281 668	336 593	592 981	362 285	698 462
Cabo San Lucas B.C.S.							
Arribos	153	200	135	181	348	297	124
Pasajeros totales	156 040	164 176	133 539	263 557	619 503	687 990	259 580
Puerto Vallarta Jal.							
Arribos	220	181	100	124	259	216	110
Pasajeros totales	205 462	178 310	127 714	237 381	543 518	553 514	240 231

Anexo 3. Continúa.

Total	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2014 p/
Mazatlán Sin.							
Arribos	180	156	79	108	223	192	35
Pasajeros totales	167 088	158 800	106 662	225 804	472 826	526 294	83 981
Acapulco Gro.							
Arribos	163	110	127	90	146	138	8
Pasajeros totales	139 443	102 928	159 502	154 860	266 320	247 192	7 438
Manzanillo Col.							
Arribos	13	11	2	10	50	46	5
Pasajeros totales	7 227	2 716	1 654	10 351	99 514	73 772	5 479
Zihuatanejo Gro.							
Arribos	94	57	7	35	86	43	3
Pasajeros totales	72 486	40 241	5 656	50 804	170 406	78 510	3 662

Fuente: DATATUR (2014).

Anexo 4. Oferta de alojamiento por entidad federativa e incremento 1985-2014.

Estados	Cuartos (1985)	Cuartos (2014)	Incremento (%) (1985-2014)
Total	300 500	692 351	130.4
Aguascalientes	1 634	5 650	245.8
Baja California	11 796	22 674	92.2
Baja California Sur	4 068	16 886	315.1
Campeche	1 962	8 442	330.3
Coahuila	4 413	13 618	208.6
Colima	5 204	8 099	55.6
Chiapas	5 445	19 079	250.4
Chihuahua	9 203	21 673	135.5
Distrito Federal (Ciudad de México)	35 850	50 190	40.0
Durango	2 602	5 284	103.1
Guanajuato	7 409	23 685	219.7
Guerrero	24 011	30 168	25.6
Hidalgo	3 103	12 468	301.8
Jalisco	27 506	63 284	130.1
México	5 654	23 827	321.4
Michoacán	11 188	17 369	55.2
Morelos	4 166	10 158	143.8
Nayarit	3 042	27 925	818.0
Nuevo León	4 753	14 669	208.6
Oaxaca	6 347	26 598	319.1
Puebla	5 613	19 169	241.5
Querétaro	4 538	12 824	182.6
Quintana Roo	11 097	88 280	695.5

Anexo 4. Continúa.

Estados	Cuartos (1985)	Cuartos (2014)	Incremento (%) (1985-2014)
San Luis Potosí	4 622	11 484	148.5
Sinaloa	11 218	20 333	81.3
Sonora	7 170	21 497	199.8
Tabasco	3 354	11 663	247.7
Tamaulipas	8 789	20 891	137.7
Tlaxcala	667	4 222	533.0
Veracruz	26 704	40 935	53.3
Yucatán	4 685	12 099	158.2
Zacatecas	2 687	7 208	168.3

Fuente: DATATUR (2014).

Anexo 5. Cuartos en centros de playa y ciudades, 2014.

Centros de playa	
Ciudad / Región	N° cuartos
Caribe	88 280
Riviera Maya	52 389
Cancún	30 209
Cozumel	4 475
Isla Mujeres	1 207
Península Baja California	33 532
San José-Los Cabos	25 789
Rosarito	2 257
Puerto Escondido	2 096
La Paz	1 795
Loreto	963
San Felipe	632
Costa del Pacífico	60 314
Acapulco	18 502
Puerto Vallarta	11 735
Nuevo Vallarta	8 097
Mazatlán	9 108

Ciudades			
Ciudad	N° cuartos	Ciudad	N° cuartos
Grandes ciudades	76 646	Ciudades del interior	cont.
Ciudad de México	46 713	Celaya	1 945
Guadalajara	17 812	San Miguel de Allende	1 876
Monterrey	12 121	Durango	1 719
Ciudades del interior	98 010	Irapuato	1 709
Puebla	6 893	Pachuca	1 536
Mérida	6 117	Coatzacoalcos	1 462
Oaxaca	5 482	Campeche	1 381
León	5 480	Los Mochis	1 279
Querétaro	5 391	San Juan del Río	1 103
San Luis Potosí	4 184	Colima	961
Aguascalientes	4 088	Taxco	878
Chihuahua	3 960	Tequisquiapan	876
Morelia	3 813	Comitán	715
Toluca	3 631	Salamanca	599
Villahermosa	3 544	Tlaxcala	583
Tuxtla Gutiérrez	3 496	Valle de Bravo	546

Anexo 5. Continúa.

Centros de playa	
Ixtapa Zihuatanejo	5 085
Bahías de Huatulco	3 615
Manzanillo	3 542
Tonalá-Puerto Arista	630
Golfo de México	8 670
Veracruz-Boca del Río	8 670
Total cuartos	161 438

Ciudades			
San Cristóbal las Casas	3 319	El Fuerte	395
San Juan de los Lagos	3 285	Ciudades fronterizas	12 419
Zacatecas	3 069	Tijuana	4 787
Guanajuato	2 925	Ciudad Juárez	4 172
Hermosillo	2 705	Mexicali	2 272
Culiacán	2 403	Piedras Negras	884
Xalapa	2 335	Tecate	310
Palenque	2 328	Total cuartos	187 075

Fuente: SECTUR/DATATUR

Anexo 6. Oferta de alojamiento categoría gran turismo y cinco estrellas, 2014.

Estados	Total de cuartos	Cuartos de 5 estrellas*	%
Total	692 351	182 160	26.31
Aguascalientes	5 650	708	12.53
Baja California	22 674	3 391	14.96
Baja California Sur	16 886	9115	53.98
Campeche	8 442	1 067	12.64
Coahuila	13 618	2 426	17.81
Colima	8 099	1 398	17.26
Chiapas 3/	19 079	1 449	7.59
Chihuahua	21 673	2 750	12.69
Distrito Federal (Ciudad de México)	50 190	16 288	32.45
Durango	5 284	311	5.89
Guanajuato	23 685	3 764	15.89
Guerrero	30 168	11 298	37.45
Hidalgo	12 468	670	5.37
Jalisco	63 284	11 789	18.63
México	23 827	3 038	12.75
Michoacán	17 369	1 126	6.48
Morelos	10 158	2 053	20.21
Nayarit	27 925	10 460	37.46
Nuevo León	14 669	5 794	39.50
Oaxaca	26 598	2 678	10.07
Puebla	19 169	2 516	13.13
Querétaro	12 824	3 872	30.19
Quintana Roo	88 280	65 073	73.71
San Luis Potosí	11 484	681	5.93

Anexo 6. Continúa.

Estados	Total de cuartos	Cuartos de 5 estrellas*	%
Sinaloa	20 333	5 386	26.49
Sonora	21 497	3 409	15.86
Tabasco	11 663	1 043	8.94
Tamaulipas	20 891	1 652	7.91
Tlaxcala	4 222	242	5.73
Veracruz	40 935	3 017	7.37
Yucatán	12 099	3 119	25.78
Zacatecas	7 208	577	8.00

Fuente: SECTUR (2015).

Anexo 7. Población económicamente activa en alojamiento y restauración, 2010.

ESTADO	PEA ocupada total	PEA ocupada en turismo*	%
Aguascalientes	447 267	29 929	6.69
Baja California	1 310 850	83 833	6.40
Baja California Sur	287 285	38 498	13.40
Campeche	319 408	18 603	5.82
Coahuila	1 037 370	47 462	4.58
Colima	288 965	25 014	8.66
Chiapas	1 583 966	64 254	4.06
Chihuahua	1 297 487	58 401	4.50
Distrito Federal (Ciudad de México)	3 914 834	241 171	6.16
Durango	542 141	23 364	4.31
Guanajuato	1 991 822	100 146	5.03
Guerrero	1 146 530	92 225	8.04
Hidalgo	973 886	48 217	4.95
Jalisco	2 992 334	220 362	7.36
México	5 899 987	323 291	5.48
Michoacán	1 551 250	81 126	5.23
Morelos	723 383	51 109	7.07
Nayarit	415 518	40 570	9.76
Nuevo León	1 855 044	91 716	4.94
Oaxaca	1 278 752	71 198	5.57
Puebla	2 099 846	93 602	4.46
Querétaro	727 741	41 134	5.65
Quintana Roo	577 897	111 487	19.29
San Luis Potosí	907 069	50 674	5.59
Sinaloa	986 392	68 334	6.93

Anexo 7. Continúa.

ESTADO	PEA ocupada total	PEA ocupada en turismo*	%
Sonora	1 008 869	56 780	5.63
Tabasco	791 373	52 888	6.68
Tamaulipas	1 241 167	68 645	5.53
Tlaxcala	452 336	18 731	4.14
Veracruz	2 782 400	163 572	5.88
Yucatán	777 466	49 957	6.43
Zacatecas	488 936	20 658	4.23
TOTAL NACIONAL	42 699 571	2 546 951	5.96

*: ocupados en alojamiento y restauración.

Fuente: Microdatos, Censo Población y Vivienda 2010 INEGI.

Anexo 8. Posición en el trabajo en hotelería y restauración 2010.

Estado	Total	Empleado	%	Por su cuenta	%	Patrón	%	Otros*	%
Aguascalientes	29 929	15 608	52.15	8 069	26.96	2 190	7.32	4 062	13.57
Baja California	83 833	55 180	65.82	17 484	20.86	4 958	5.91	6 211	7.41
Baja California Sur	38 498	29 970	77.85	4 231	10.99	2 577	6.69	1 720	4.47
Campeche	18 603	10 064	54.10	4 745	25.51	1 745	9.38	2 049	11.01
Coahuila	47 462	25 952	54.68	14 630	30.82	1 894	3.99	4 986	10.51
Colima	25 014	14 082	56.30	6 240	24.95	1 504	6.01	3 188	12.74
Chiapas	64 254	26 106	40.63	27 386	42.62	2 456	3.82	8 306	12.93
Chihuahua	58 401	37 056	63.45	15 163	25.96	2 324	3.98	3 858	6.61
Distrito Federal	241 171	136 615	56.65	70 535	29.25	11 258	4.67	22 763	9.44
Durango	23 364	10 162	43.49	9 200	39.38	1 044	4.47	2 958	12.66
Guanajuato	100 146	45 074	45.01	37 895	37.84	4 509	4.50	12 668	12.65
Guerrero	92 225	50 355	54.60	28 216	30.59	2 039	2.21	11 615	12.59
Hidalgo	48 217	21 092	43.74	17 733	36.78	2 526	5.24	6 866	14.24
Jalisco	220 362	123 561	56.07	56 910	25.83	10 231	4.64	29 660	13.46
México	323 291	160 528	49.65	103 001	31.86	12 464	3.86	47 298	14.63
Michoacán	81 126	34 959	43.09	30 736	37.89	3 977	4.90	11 454	14.12
Morelos	51 109	24 191	47.33	16 459	32.20	2 811	5.50	7 648	14.96
Nayarit	40 570	23 749	58.54	10 849	26.74	1 519	3.74	4 453	10.98
Nuevo León	91 716	55 084	60.06	22 713	24.76	3 095	3.37	10 824	11.80

Anexo 8. Continúa.

Estado	Total	Empleado	%	Por su cuenta	%	Patrón	%	Otros*	%
Oaxaca	71 198	26 076	36.62	32 767	46.02	2 101	2.95	10 254	14.40
Puebla	93 602	41 137	43.95	34 063	36.39	3 408	3.64	14 994	16.02
Querétaro	41 134	22 392	54.44	11 765	28.60	2 125	5.17	4 852	11.80
Quintana Roo	111 487	93 849	84.18	10 683	9.58	1 894	1.70	5 061	4.54
San Luis Potosí	50 674	24 073	47.51	18 753	37.01	2 339	4.62	5 509	10.87
Sinaloa	68 334	44 201	64.68	15 909	23.28	2 989	4.37	5 235	7.66
Sonora	56 780	33 394	58.81	15 137	26.66	3 312	5.83	4 937	8.69
Tabasco	52 888	24 693	46.69	19 033	35.99	1 929	3.65	7 233	13.68
Tamaulipas	68 645	39 099	56.96	19 418	28.29	3 540	5.16	6 588	9.60
Tlaxcala	18 731	6 782	36.21	7 844	41.88	488	2.61	3 617	19.31
Veracruz	163 572	75 049	45.88	62 228	38.04	7 141	4.37	19 154	11.71
Yucatán	49 957	28 209	56.47	13 628	27.28	2 181	4.37	5 939	11.89
Zacatecas	20 658	10 137	49.07	6 794	32.89	1 051	5.09	2 676	12.95
TOTAL NACIONAL	2 546 951	1 368 479	53.73	770 217	30.24	109 619	4.30	298 636	11.73

*: jornaleros, ayudantes, sin pago, no especificados.

Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda, 2010. Microdatos.

Anexo 9. Ingresos de la población ocupada en alojamiento y restauración (porcentaje).

ESTADO	PEA ocupada	No recibe salarios	< 1 s.m.	1 a 3 s.m.	3 a 5 s.m.	> 5 s.m.	N.E.
Aguascalientes	29 929	6.80	11.93	53.96	10.93	9.57	6.80
Baja California	83 833	4.11	5.53	48.79	21.72	19.85	-
Baja California Sur	38 498	1.41	4.38	42.87	20.94	30.41	-
Campeche	18 603	4.59	13.22	53.40	14.60	7.54	6.65
Coahuila	47 462	2.52	10.19	58.40	11.20	6.97	10.73
Colima	25 014	4.87	13.17	55.63	12.90	9.47	3.97
Chiapas	64 254	6.62	25.81	51.52	5.81	4.37	5.88
Chihuahua	58 401	2.54	9.23	55.96	14.91	14.09	3.27
Distrito Federal (Ciudad de México)	241 171	3.19	9.55	53.96	13.70	19.60	-
Durango	23 364	5.28	11.99	56.91	10.30	8.32	7.19
Guanajuato	100 146	6.28	12.75	52.04	14.23	9.11	5.58
Guerrero	92 225	5.54	15.97	56.49	10.28	8.54	3.18
Hidalgo	48 217	6.77	16.73	52.65	9.49	8.68	5.67
Jalisco	220 362	4.62	9.35	47.99	18.02	11.94	8.09
México	323 291	4.61	12.00	53.89	13.88	11.59	4.03
Michoacán	81 126	6.31	14.79	52.58	10.76	7.57	7.99
Morelos	51 109	7.24	14.25	54.60	11.29	7.19	5.44
Nayarit	40 570	6.13	10.00	50.93	18.26	8.91	5.77
Nuevo León	91 716	3.43	5.44	45.68	21.20	13.45	10.79
Oaxaca	71 198	9.00	17.95	52.82	8.55	5.65	6.03
Puebla	93 602	7.67	18.78	50.47	8.55	7.79	6.73
Querétaro	41 134	4.93	9.62	51.89	14.19	13.88	5.49
Quintana Roo	111 487	2.12	5.75	45.74	24.02	15.96	6.40
San Luis Potosí	50 674	5.04	17.23	52.61	10.96	7.57	6.60
Sinaloa	68 334	3.55	13.28	53.65	15.55	8.07	5.90
Sonora	56 780	4.17	7.37	53.89	16.35	14.34	3.88
Tabasco	52 888	9.03	13.18	51.66	10.47	9.43	6.22
Tamaulipas	68 645	3.42	9.64	59.56	12.09	11.04	4.24
Tlaxcala	18 731	8.31	18.61	51.76	7.95	6.32	7.04

Anexo 9. Continúa.

ESTADO	PEA ocupada	No recibe salarios	< 1 s.m.	1 a 3 s.m.	3 a 5 s.m.	> 5 s.m.	N.E.
Veracruz	163 572	5.25	17.23	54.47	10.01	6.91	6.14
Yucatán	49 957	8.55	17.38	52.20	10.36	7.00	4.51
Zacatecas	20 658	6.40	14.58	55.51	9.99	7.65	5.87
TOTAL NACIONAL	2 546 951	4.96	12.22	51.69	13.90	11.45	5.14

s.m.: salario mínimo.

Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda, Microdatos, 2010.

Anexo 10 . Población municipal, incremento y tasa de crecimiento (muestreo1980-2010).

Habitantes					
Estado	**Municipio**	**1980**	**1990**	**2000**	**2010**
Baja California Sur	Los Cabos		43 920	105 469	238 487
Sonora	Puerto Peñasco	26 755	26 625	31 157	57 342
Sinaloa	Escuinapa	37 666	45 928	50 438	54 131
Jalisco	Puerto Vallarta	57 028	111 457	184 728	255 681
Nayarit	Bahía de Banderas		39 831	59 808	124 205
Guerrero	Zihuatanejo	25 751	63 366	95 548	118 211
Oaxaca	Santa María Huatulco	6 760	12 645	28 327	38 629
	Puerto Escondido	14 000	20 733	32 471	42 860
Quintana Roo	Benito Juárez	37 190	176 765	419 815	661 176
Total nacional		66 846 833	81 249 645	97 483 412	112 336 538

Incrementos %				
Estado	**Municipio**	**1980-1990**	**1990-2000**	**2000-2010**
Baja California Sur	Los Cabos		140.10	126.10
Sonora	Puerto Peñasco	-0.48	17.02	84.04
Sinaloa	Escuinapa	21.93	9.82	7.32
Jalisco	Puerto Vallarta	95.44	65.74	38.41
Nayarit	Bahía de Banderas		50.15	107.67
Guerrero	Zihuatanejo	146.07	50.79	23.72
Oaxaca	Santa María Huatulco	87.06	124.02	36.37
	Puerto Escondido	48.09	56.62	31.99
Quintana Roo	Benito Juárez	375.30	137.50	57.49
Total nacional		21.55	19.98	15.24

Anexo 10 . Continúa.

Tasa de crecimiento medio anual				
Estado	**Municipio**	**1980-1990**	**1990-2000**	**2000-2010**
Baja California Sur	Los Cabos		9.16	8.50
Sonora	Puerto Peñasco	-0.05	1.58	6.29
Sinaloa	Escuinapa	2.00	0.94	0.71
Jalisco	Puerto Vallarta	6.93	5.18	3.30
Nayarit	Bahía de Banderas		4.15	7.58
Guerrero	Zihuatanejo	9.42	4.19	2.15
Oaxaca	Santa María Huatulco	6.46	8.40	3.15
	Puerto Escondido	4.00	4.59	2.81
Quintana Roo	Benito Juárez	16.87	9.04	4.65
Total nacional		1.97	1.84	1.43

REFERENCIAS[29]

Acereza, M. Á. (2006), *Funcionamiento y organización institucional del turismo*, Editorial Trillas, México.

Alcántara, C. (2014), "Fonatur rescatará la Escalera Náutica", *El Financiero*, 4 de mayo. [http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/fonatur-rescatara-la-escalera-nautica.html].

Artigues, A. (2001), "Turismo de espacios litorales e insulares", en Barrado, D. A. y J. Calabuig (eds.), *Geografía mundial del turismo*, Editorial Síntesis, Madrid.

Barrado, D. A., y J. Calabuig (eds.: 2001), *Geografía mundial del turismo*, Editorial Síntesis, Madrid.

Barrier, M. (1964), *L'étude géographique du tourisme. Problemes de méthode et de représentation cartographique dans l'Est de la France,* Université de Caen, Francia.

Bauman, Z. (2007), *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*, Editorial Paidós, Barcelona.

BREA (Bussiness Research & Economic Advisors) (2007), *Aportación económica del turismo de cruceros en México*, volumen I, EE.UU.

Brunel, S. (2011), *Géographie amoureuse du monde*, JC Lattès, París.

Butler, R. (1980), "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources", *Canadian Geographer*, vol. 24, núm. 1, pp. 5-12. [10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x].

[29] Las citas textuales de obras publicadas en el extranjero han sido traducidas del original inglés o francés por la autora de esta obra.

Butler, R. (2004), "Geographical research on tourism, recreation and leisure: origins, eras and directions", *Tourism Geographies*, vol. 6, núm. 2, pp. 143-162.

Calderón, F. (2012)*, 6° Informe de Gobierno*, Presidencia de la República, México.

Callizo, Javier (s/f), *Aproximación a la geografía del turismo*, Editorial Síntesis, Madrid.

Calvek, N. (2005), "El papel de los turoperadores en el desarrollo del turismo internacional. Una evaluación", *Política y Sociedad*, vol. 42, núm. 1, pp. 117-133.

Capel, H. (1977), *Capitalismo y morfología urbana en España*, Libros del Cordel, Barcelona.

Caravaca, I., R. Méndez y J. Revel (1998), *Globalización y territorio. Mercados de trabajo y nuevas formas de exclusión*, Universidad de Huelva, España.

Carrascal, I. E. (1975), "El turismo y el subdesarrollo en México", *Boletín del Instituto de Geografía,* núm. 7, pp. 39-44.

Carrascal, I. E., 1975, "Zihuatanejo y su hinterland turítico", *Boletín del Instituto de Geografía*, núm. 7, pp. 45-114.

Carrascal, I. E. (1987), "Actividad turística y asimilación territorial en la costa nayarita", *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía,* núm. 17, pp. 125-136.

Carrascal, I. E. (1991), "Turismo I", en García de Fuentes, A. (coord.), *Atlas Nacional de México*, clave VI.11.1, Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Castillo, M. (2007), "La investigación y la epistemología del turismo: aportes y retos", *Revista Hospitalidade*, vol. IV, núm. 2, pp. 79-95.

Castillo, M. y A. Panoso (2010), *Epistemología del turismo. Estudios críticos*, Editorial Trillas, México.

Cohen, E., 2005, "Principales tendencias en el turismo contemporáneo", *Política y Sociedad*, vol. 42, núm. 1, pp. 11-24.

Córdoba, J. y A. García de Fuentes (2003), "Turismo, globalización y medio ambiente en el Caribe mexicano", *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, vol. 52, pp. 117-136.

Córdoba, J., M. Córdoba, C. Gago, y M. Serrano (2007), "Turismo y desarrollo: la eterna controversia a través del caso de Cancún", en García Ballesteros,

A. y M. L. García (coords.), *Un mundo de ciudades, Procesos de urbanización en México en tiempos de globalización,* GeoForum, España.

Córdoba, J. (2009), "Turismo, desarrollo y disneyzación: ¿una cuestión de recursos o de ingenio?", *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía,* vol. 70, pp. 33-54.

Cuellar-Río, M., y M. T. Kido-Cruz (2008), "Perfil y análisis del gasto del crucerista: el caso de Bahías de Huatulco (México)", *Cuadernos de Turismo*, 22, pp. 47-78.

Checa-Artasu, M., A. García, P. Soto y P. Sunyer (2014), *Paisaje y territorio. Articulaciones teóricas y empíricas,* Universidad Autónoma Metropolitana, México.

De la Rosa, A, (2016), "Financiarían hasta 50% del costo de nuevos hoteles", *El Economista*, 6 de enero. [http://eleconomista.com.mx/industrias/2016/01/06/financiarian-hasta-50-costo-nuevos-hoteles].

Diario Oficial de la Federación (DOF) (2014), "Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para la incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos", SEGOB, México, 26 de septiembre. [http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5361690&fecha=26/09/2014].

Dupon, J. F. (1993), "Anjeus et défie de l'utilisation des littoraux dans le Pacifique insulaire", *Acta Geographica,* núm. 94, pp. 11-24.

Enciso, A. (2015), "La Escalera Náutica, proyecto fantasma", *La Jornada*. [http://www.jornada.unam.mx/2005/05/23/index.php?section=politica&article=048n1pol].

Enríquez Acosta, J. A. (2008), "Las nuevas ciudades para el turismo. Caso Puerto Peñasco, Sonora, México", *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales,* Universidad de Barcelona, vol. XII, núm. 270 (91).

Fernández, M.J.; B, Castillejos, 2014, " Autenticidad de los productos culturales de consumo turístico.. El caso del tour ¿Pueblos y tradiciones de Huatulco', Oaxaca", en Monterrubio, J. C. y A. López (coords.), *De la dimensión teórica al abordaje empírico del turismo en México*, Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Fernández Rubio, A. (2015), "El turismo mueve al mundo", *El País Semanal*, 2012, 19 de abril.

Figuerola, M. (1985), *Teoría económica del turismo*, Alianza Editorial, Madrid.

FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo) (2006), *Logros 2000-2006*, México.

FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo) (2010), *35 años. Única historia narrada por sus fundadores y protagonistas*, México.

Fox, V. (2008), *Sexto Informe de Gobierno*, Presidencia de la República, México.

García Ballesteros, A. y M. L. García (coords.: 2007), *Un mundo de ciudades, Procesos de urbanización en México en tiempos de globalización,* GeoForum, España.

García Chiang, A. (2014), "El camino a Modor. Paisaje y territorio en la novela fantástica", en Checa-Artasu, M., A. García, P. Soto y P. Sunyer (2014), *Paisaje y territorio. Articulaciones teóricas y empíricas,* Universidad Autónoma Metropolitana, México.

García, A. (1970), "Clasificación de los recursos turísticos", *Boletín del Instituto de Geografía,* núm. 3.

García de Fuentes, A. (1979), *Cancún: turismo y subdesarrollo regional,* Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

García de Fuentes, A. y J. Morales (2000), "Dinámica regional de Yucatán 1980-2000", *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, núm. 42, pp. 157-172.

García de Fuentes, A., M. Kool, J. Evuán, A. Munguía y M. D. Cervera (2011), *La costa de Yucatán en la perspectiva del desarrollo turístico,* Conabio, Colección Corredor Biológico Mesoamericano, México.

García de Fuentes, A., S. Jouault, y D. Romero (coords.: 2015), *Atlas de turismo alternativo en la Península de Yucatán*, Cinvestav-Mérida, Universidad Autónoma de Yucatán, México.

George, P. (1993), "Les rencontres de la géographie avec le temps", *Acta geographica*, II:94, Paris.

Getino, O. (2002), *Turismo. Entre el ocio y el negocio. Identidad cultural y desarrollo económico para América Latina y el Mercosur*, Ediciones CICCUS, La Crujía.

Geraiges, A. I. (2007), "México, ciudad dual", en García Ballesteros, A. y M. L. García (coords.: 2007), *Un mundo de ciudades, Procesos de urbanización en México en tiempos de globalización,* GeoForum, España.

Giblin, B. (2007), "Le tourisme: un theátre géopolitique», *Herodote*, 127, pp. 3-14.

Gibson, C. (2008), "Locating Geographies of Tourism", *Progress in Human Geography*, vol. 32, núm. 3, pp. 407-422.

Hall, C. M. y S. J. Page (2006), *The geography of tourism and recreation. Environment, place and space,* tercera edición, Routledge, Londres, Nueva York.

Hanna, S. y V. del Casino (eds.; 2003), *Mapping tourism*, University of Minnesota Press, Minneapolis-Londres.

Harrison, D. (ed.; 2001), *Tourism and the less developed world: issues and case studies*, CABI Publishing, Gran Bretaña.

Harvey, D. (2001), *Spaces of Capital. Towards a Critical Geography*, Routledge, Nueva York.

Hernández, J. J., 2014, "Un paisaje que no es bien visto. El pueblo huertero de Atotonilco el Alto", en Checa-Artasu, M., A. García, P. Soto, P. Sunyer, 2014, *Paisaje y territorio. Articulaciones teóricas y empíricas,* Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Hiernaux, D. (2005), "La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso mexicano", *Scripta Nova*, vol. IX, núm. 194 (05). [http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-05.htm].

Hiernaux, D. (2006), "Foriegn currency income from tourism", *Voices of Mexico*, núm. 76, pp. 71-75.

Hoerner, J. M. l. (2007), "Le tourisme et la géopolitique", *Herodote*, núm. 127, pp. 15-28.

Holden, A. (2005), *Tourism studies and the social sciences*, Routledge, Gran Bretaña.

Honey, M. (2008), *Ecotourism and sustainable development. Who owns paradise?,* segunda edición*,* Island Press, Washington.

INEGI, Censos de Población y Vivienda, 1980, 1990, 2000 y 2010, México.

INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010, Microdatos, México.

INEGI, Cartografía urbana, 2000-2010, México.

Jafari, J. (2005), "El turismo como disciplina científica", *Política y Sociedad*, vol. 42, núm. 1, pp. 39-56.

Jiménez, A. de J. (1993), *Turismo, estructura y desarrollo. La estructura del turismo internacional y la política turística de México. Desarrollo histórico 1945-1990*, segunda edición, McGraw-Hill, México.

Jiménez, M. (2016), Perspectivas de los jóvenes frente al turismo en el traspaís del corredor Cancún-Riviera Maya, tesis de Maestría en Ciencias, Ecología Humana, Cinvestav, Mérida.

Johnston, R. J., D. Gregory, G. Pratt y M. Watts (eds.; 1998), *The dictionary of Human Geography*, cuarta edición, Blackwell.

Jouault, S., A. García de F. y T. Rivera (2015), "Un modelo regional de turismo alternativo y economía social en la Peninsula de Yucatán, México", *Otra Economía*, vol. 9, núm. 17, pp. 164-176.

Lago, M. J., C. Vázquez y D. Barrado (2001), "América del Norte", en Barrado, D. A. y J. Calabuig (eds.); *Geografía mundial del turismo*, Editorial Síntesis, Madrid.

López A. (2002), "Análisis de los flujos turísticos en el corredor Los Cabos, Baja California Sur", *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geográfía,* núm. 47, pp. 131-149.

López Palomeque, F. (1999), "Política turística y territorio en el escenario de cambio turístico", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles,* núm. 28, pp. 23-38.

López Pardo, G. y B. Palomino Villavicencio (2008), "Políticas públicas y ecoturismo en comunidades indígenas de México", *Teoría y práxis*, núm. 5, pp. 33-50.

Luis, A. (1987), *La evolución internacional de la geografía del ocio*, Geo crítica, 67, Universidad de Barcelona.

Makuni, T. L. (2001), "The marketing of tourism for ethnic minorities", *Travel and Tourism Analyst*, núm. 1, pp. 77-89.

Marchena, M. J. y E. L. Santos (1998), "Actividad turística y mercados de trabajo regionales. Aproximación al caso español", en Caravaca, I., R. Méndez y J. Revel (1998), *Globalización y territorio. Mercados de trabajo y nuevas formas de exclusión*, Universidad de Huelva, España.

Meré, D. (2015), "Pospone Sectur clasificación hotelera", *Reforma*, 5 de abril.

Molina, S. (2007), *Política turística en México*, segunda reimpresión, Editorial Trillas, México.

Monterrubio, J. C. y A. López (coords.: 2014), *De la dimensión teórica al abordaje empírico del turismo en México,* Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Mowforth, M., C. Charlton e I. Munt (2008), *Tourism and responsibility. Perspectives from Latin America and the Caribbean,* Routledge, Londres, Nueva York.

Mowforth, M. e I. Munt (2009), *Tourism and sustainability. Development, globalization and new tourism in the Third World*, tercera edición, Routledge, Londres, Nueva York.

Murayama, C. y R. Gómez (2015), *El mercado de trabajo en México. La opinión social sobre la precariedad laboral*, Los Mexicanos vistos por ellos mismos, Encuesta Nacional de Economía y Empleo, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Navalón, M. R. (1995), *Planeamiento urbano y turismo residencial en los municipios litorales de Alicante,* Generalitat Valenciana, Instituto de Cultura Juan Gil-Albert, Valencia, España.

Olivera, J. (1988), *Legislación y organización turística mexicana*, tercera edición, Editorial Porrúa, México.

Osorio, M. (2010), "La comunicación social del turismo. Una nueva propuesta teórica para su comprensión", en Castillo, M y A. Panoso, *Epistemología del turismo, Estudios críticos*, Editorial Trillas, México.

Paredes, M. y E. Espinosa (2015), "Anuncia EPN estrategia de turismo para gente de escasos recursos", *Excelsior*, 24 de marzo. [http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/03/24/1015201].

Pearce, D. (1995), *Tourism Today: A Geographical Analysis,* segunda edición, Longman, Harlow.

Peña Nieto, E. (2014), *Segundo Informe de Gobierno*, Presidencia de la Repúbica, México.

Prideaux, B. (2004), "The resort development spectrum: the case of the Gold Coast, Australia", *Tourism Geographies,* vol. 6, núm. 1, pp. 26-58.

Propín-Frejomil, E., A. López-López y A. Sánchez-Crispín (2004), "Territorios preferenciales de los grupos hoteleros internacionales en América Latina y el Caribe, a principios del siglo XXI", *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, núm. 53, pp. 122-140.

Revill Kerr, W. (2003), *Tourism Public Policy, and the strategic management of failure,* Pergamon, Londres.

Romero, R. I. (2012), "Polarización regional de Quintana Roo a partir de la actividad turística", en Osorio, A. y A. López (coords.), *Investigación turís-*

tica. Hallazgos y aportaciones, Secretaría de Turismo–Centro de Estudios Superiores en Turismo, Facultad de Turismo y Gastronomía–Universidad Autónoma del Estado de México, Instituto de Geografía–Universidad Nacional Autónoma de México, Asociación Mexicana de Investigación Turística, México, México.

Sánchez, A. (2013), "Piden renovar a Fonatur", *Reforma*, sección negocios, 6 de diciembre, pág. 4.

Sánchez, J. E. (1991), *Espacio, sociedad y economía*, Siglo XXI de España Editores, Madrid.

SECTUR (Secretaría de Turismo) (2000), Estudio de Gran Visión del Turismo en México: Perspectiva 2020. Reporte analítico. Centro de Estudios Superiores en Turismo [http://www.fec-chiapas.com.mx/sistema/biblioteca_digital/estudio-de-gran-vision-del-turismo-en-mexico-perspectiva-2020.pdf].

SECTUR (Secretaría de Turismo) (2007), *Programa Sectorial de Turismo 2007-2012*, México.

SECTUR (Secretaría de Turismo) (2014), *Compendio Estadístico del Sector Turístico en México*, México.

Sormani, H. A. (2013), "Teoría de las formaciones espaciales: un aporte metodológico", *Centro de Estudios Humboldt,* Argentina.

Sunyer, P. (2014), "Introducción", en Checa-Artasu, M., A. García, P. Soto y P. Sunyer, *Paisaje y territorio. Articulaciones teóricas y empíricas,* Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Tomillo, F. (2010), "El concepto de turismo según la OMT", en Castillo, M. y A. Panoso, *Epistemología del turismo. Estudios críticos*, Editorial Trillas, México.

Torruco Marqués, M. (1988), *Historia institucional del turismo en México (la Secretaría de Turismo y sus titulares),* Asociación Nacional de Egresados de Turismo, A.C., México.

UNWTO (World Tourism Organization) (2009), *Tourism and community development. Asian practices*, Madrid, España.

UNWTO (World Tourism Organization) (2013), *Annual Report,* Organización Mundial del Turismo. [http://www2.unwto.org/es/node/40663].

UNWTO (World Tourism Organization) (2014), *Organismos de gestión y promoción del turismo en las Américas*, Madrid, España.

UNWTO-ILO (2013), *Economic crisis, international tourism declive,* Madrid, España.

UNWTO-Netherlands Development Organization (2010), *Manual on tourism and poverty alleviation. Practical steps for destinations*, Madrid, España.

Urdaneta, C. (2010), "Reflexiones sobre epistemología del turismo", en Castillo, M. y A. Panoso, *Epistemología del turismo. Estudios críticos*, Editorial Trillas, México.

Urry, J. (1990), *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*, SAGE.

Urry, J. (2007), *Movilities*, Polity Press, Gran Bretaña.

Vazquez, J. (2013), "El Pacífico pierde atractivo para el sector de cruceros", *El Economista*, 12 de agosto. [http://eleconomista.com.mx/estados/2013/08/12/pacifico-pierde-atractivo-sector-cruceros].

Velasco, M. (2005), "¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004)", *Política y Sociedad*, vol. 42, núm. 1, pp. 169-195.

Vera, J. F. (coord.), F. López Palomeque, M. J. Marchena y S. Antón (1997), *Análisis territorial del turismo, Una nueva geografía del turismo,* Editorial Ariel, Barcelona.

Williams, S. (2009), *Tourism geography. A new synthesis*, segunda edición, Routledge, Londres, Nueva York.

Zedillo, E. (2000), *Sexto Informe de Gobierno*, Presidencia de la Repúbica, México.

Información en línea y publicaciones periódicas

www.anch.com.mx. Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles

www.banxico.org.mx. Banco de México

www.centrohumboldt95.blogspot.com.ar

www.conasami.gob.mx. Comisión Nacional de los Salarios Mínimos

www.dineroenimagen.com

www.economia.terra.com.mx

www.escaleranautica.com

www.ezcentral.com

www.fonatur.gob.mx
www.fonaturconstructora.gob.mx
www.presidencia.gob.mx
www.reevolución.mx
www.reforma.com.mx, consultas 06/2013; 12/2013
www.reportur.com (2016), "Sectur presenta a los españoles su plan de ser accionista hotelero". [http://www.reportur.com/mexico/2016/01/19/sectur-presentara-en-espana-nuevo-esquema-de-financiamiento].
www.sectur.gob.mx. Secretaría de Turismo.
Boletín de prensa 208, consulta septiembre 2014
/antecedentes históricos/ consulta 15/07/2011
www.semarnat.gob.mx, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
www.visitmexico.com/es/pueblosmagico

Espacio y ocio: el turismo en México, editado por el Instituto de Geografía, se terminó de imprimir el 18 de noviembre de 2016, en los talleres de Gráficos Digitales Avanzados, S.A. de C.V, Georgia, 181, col. Nápoles, del. Benito Juárez, 03810, México, Cd. Mx.

El tiraje consta de 200 ejemplares impresos en offset sobre papel cultural de 90 gramos para interiores y couché de 250 gramos para los forros. Para la formación de galeras se usó la fuente tipográfica Times New Roman, en 10/13, y 16/19.2 puntos. Edición realizada a cargo de la Sección Editorial del Instituto de Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México. Revisión y corrección de estilo: Raúl Marcó del Pont Lalli. Diseño, formación de galeras y cuidado de la impresión: Laura Diana López Ascencio y Raúl Marcó del Pont Lalli.

Hoy día, el turismo ya no es sólo la actividad llevada a cabo por unos cuantos personajes –como ocurría en la Europa del siglo XIX– sino que se ha convertido en sinónimo del desplazamiento masivo de poblaciones y de importantes movimientos financieros. El turismo es, como dice Pearce, una actividad que concierne fundamentalmente a los hombres y a los lugares; es, por tanto, un fenómeno esencialmente geográfico en cuanto refleja las relaciones que se establecen entre ambos elementos, en cuanto su análisis busca las causalidades y los efectos que ocurren en un espacio dado modelado por esas acciones; es decir, en un espacio humanizado. Desde la ubicación de los centros emisores de turistas a los sitios receptores se establecen flujos que pueden ser analizados en sus causas y también medidos en volumen y frecuencia. Los destinos se clasifican por sus atractivos y tienen una vida marcada por circunstancias muchas veces ajenas a ellos mismos.

ISBN 978-607-02-8505-9