

Ensayos

El modelo turístico-inmobiliario en la configuración del espacio litoral mexicano

Resumen

En el artículo se analizan determinados cambios en el espacio litoral mexicano auspiciados por el auge de nuevos modelos de desarrollo urbano-turísticos, particularmente el turístico-inmobiliario y algunas de sus implicaciones en la economía, la sociedad y el medio natural. El escrito pone en evidencia el protagonismo que dicho modelo adquiere en la producción del espacio turístico, guiado por el ideal del crecimiento por el crecimiento, con miras a la generación de ganancias rápidas para unas minorías a costa del patrimonio natural y de la población local.

Abstract

This article analyzes certain changes in the Mexican coastal areas generated by the rise of new models of urban development in tourism, particularly with regard to tourism-oriented property, and some of its implications for the economy, society and the natural environment. We highlight the role this model plays in tourist areas under the rubric of growth for growth's sake in order to generate quick profits for a minority at the expense of the natural heritage of the local population.

Résumé

Dans cet article, on analyse des changements bien précis dans l'espace du littoral mexicain, favorisés par l'essor de nouveaux modèles de développement urbain-touristiques, particulièrement celui de l'immobilier touristique et quelques-unes de ses conséquences sur l'économie, la société et l'environnement naturel. L'écrit montre le rôle principal que joue ce modèle dans la production de l'espace touristique, gouverné par l'idéal de la croissance pour la croissance, afin de générer des bénéfices rapides pour des minorités aux dépens du patrimoine naturel et de la population locale.

Paulino Jiménez Baños¹, Martha Albina Aguiar Jiménez¹, Pascal Barradas Salas²

Palabras clave: crecimiento, México, patrimonio, población, turismo.

1. Introducción

México salió del *top ten* de los países con mayor número de llegadas de turistas internacionales en el mundo, según cifras oficiales de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Se pasó del lugar 10 en 2011 al 13 en 2012 (OMT, 2013). Sucedió lo que se vislumbraba, por lo menos desde hace cinco años. Con tasas de crecimiento anual ínfimas, testimoniales en este rubro -de 0.86%, para ser exactos- (OMT, 2012), es complicado evitar el rebase de los otros competidores, los que están justo atrás, y cuyos registros se valoran como sobresalientes.

Esta situación, aunque no determinante en el desempeño del turismo en el país, no deja de ser preocupante. No es determinante porque lo que sostiene al engranaje de la industria turística en el país es y ha sido, mayoritariamente, el turismo doméstico -en más de un 80%- (Sector, 2012). Preocupante, porque el turismo tiene el objetivo de captar divisas, y es pieza importante en la política económica nacional.¹

¹ No se olvide que el turismo planificado en México, a partir de los años 60, fue impulsado, no por el entonces Departamento de Turismo, sino por el Banco de México con la intención de captar divisas que permitieran continuar financiando la estrategia de política industrial conocida como Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI), ya en su fase final.

¹Universidad del Mar, Campus Huatulco

² Universidad Autónoma de Nayarit

Lo anterior no puede resultar ajeno a diferentes eventos. A lo largo de las últimas seis décadas ha ocurrido una continua expansión geográfica y diversificación de destinos, situación que equivale a un incremento de la capacidad de elección de los turistas de entre diferentes opciones de viaje: es decir, más competencia, tanto en el plano nacional como internacional. Aunque el discurso actual va en otro sentido, en México prevalecen los modelos turísticos desarrollistas sobre aquellos más equilibrados y sostenibles. En lo que corresponde al ámbito del entorno general, hoy en día se vive en un mundo cada vez más sedicioso. Los atentados terroristas en Nueva York, Londres y Madrid, el SARS, la influenza AH1N1, la crisis financiera y de deuda a la que se enfrentan diferentes economías de la Unión Europea, y las recientes guerras, son sólo algunos de los “Jinetes del Apocalipsis” que han sacudido el planeta y alcanzado al turismo. Los especialistas afirman que vendrán más y habrá que acostumbrarse a vivir entre ellos.

En la actualidad también se presentan múltiples cambios en los fundamentos turísticos tradicionales: la organización individual de los viajes gana terreno frente al tradicional paquete turístico, modo favorecido por los medios de transporte y comunicación, en especial el Internet; la incursión del transporte aéreo de bajo costo que lo ha vuelto accesible a más turistas; la proliferación de desarrollos turístico-inmobiliarios en la franja litoral -que compiten de manera desleal con la hotelería establecida-, las cada vez más variadas necesidades y exigencias de los consumidores y el imperativo por revalorizar a la comunidad local y al medio natural; se trata de algunos cambios, con nuevas implicaciones para los destinos y la sociedad, y que es preciso conocer a fin de adaptarse a ellos de manera reflexiva.

Hamel (2000) invita a preguntarse sobre cuál es el problema del mañana que se necesita trabajar a partir de hoy. En el caso mexicano, el quehacer es doble: ocuparse con urgencia en la solución de los problemas del presente, al mismo tiempo que los del mañana; y que no son pocos los que se avizoran. Frente a este panorama, resulta necesario esforzarse por conocer mejor al turismo en todas sus dimensiones y su especial desempeño en México, para formular mejores políticas públicas y gestionarlo bien, como afirma González (2004), “en su conjunto y en cada una

de sus partes”; para elaborar diagnósticos completos y recrear con inteligencia el rumbo. En el análisis, es preciso tener presente en todo momento que el funcionamiento del turismo es diferente al de los sectores agrario e industrial, incluso al de la mayoría de los servicios.

Comprender el turismo no es una tarea fácil pues, como afirman Cuadrado y Lasuan (citados por Bote, 2004a), el turismo no se ha incorporado a las principales teorías del desarrollo económico y sociocultural que, concentradas en la producción de bienes materiales (agrarios e industriales) han prestado insuficiente atención al sector servicios. Además es una actividad comparativamente nueva, y más compleja que las tradicionales. Esta juventud, sumada a otras apreciaciones sesgadas tales como: que se trata de una actividad fácil de gestionar; una actividad poco seria, al ser la antítesis del trabajo; o una actividad que frente a otras, presenta menos problemas a los gobiernos, son algunas de las razones por las que aún no se ha teorizado lo suficiente sobre el turismo y que, como afirma Figuerola y Vera (2003; citados por Bote 2004a) “quizás todavía le seguimos buscando un nombre: fenómeno turístico, sector, actividad, industria, sistema o ensamblaje de servicios”.

Por lo tanto, el objetivo del presente trabajo es analizar y reflexionar sobre el momento actual del turismo en México, con especial énfasis en el modelo de desarrollo turístico inmobiliario que se produce en el espacio litoral, a partir de la comprensión de la naturaleza, funcionamiento e impactos de este fenómeno; ello para formular políticas públicas y estrategias empresariales que contribuyan a afrontar mejor los retos actuales, a la vez que proporcionen mejores beneficios en todas las esferas, con los menores costos y riesgos.

La metodología tiene un carácter ecléctico. El trabajo se sustentó en fuentes primarias como la observación directa en Bahías de Huatulco y La Riviera Nayarit, y la realización de entrevistas semi-estructuradas a actores clave. También a través de fuentes secundarias se documentaron múltiples casos de ciudades turísticas con un alto componente turístico inmobiliario. En el análisis y la reflexión, se miró algunas veces de reojo el caso español por tratarse de un laboratorio científico de alto interés, dado el largo camino que tienen recorrido en la actividad, con un balance combinado de aciertos y errores.

2. Naturaleza del turismo y sus implicaciones en la labor de gestión

La posibilidad de instrumentar políticas eficientes en materia de turismo exige un intenso trabajo de conocimiento de sus diferentes ángulos; sin embargo, al tratarse de un fenómeno complejo, su teorización exige dosis altas de esfuerzo a fin de dimensionarlo de manera holística y conducirlo en forma eficiente. Se comenzará por anotar particularidades que son útiles al momento de su planificación y gestión.

El primer rasgo tiene que ver con la heterogeneidad del turismo y los retos que representa. Hasta el momento en que ocurre el disfrute del producto turístico se han movilizadodiferentes organismos públicos, -con sus respectivas competencias-, y han intervenido e interactuado numerosos sectores económicos, principalmente de naturaleza privada y en principio independientes entre sí (Velasco y Ramírez 2002), así como la población residente; todos ellos extendidos geográficamente a través de mercados, destinos y regiones en transición. Por lo tanto, al tratarse de un producto fragmentado, proporcionado por múltiples agentes, las responsabilidades de gestión se hallan dispersas en esos numerosos organismos y empresas. El reto entonces es ¿Cómo aglutinar la gestión de todos los agentes turísticos y la comunidad local? Si la experiencia del turista es fruto de las prestaciones de todos los actores del destino, se hace imprescindible fortalecer la coordinación y colaboración de quienes participan en él. Aquí, la búsqueda de acuerdos es fundamental en el logro de objetivos como la calidad, sostenibilidad y competitividad, consensos difíciles de conseguir porque “no existen, en la mayoría de los destinos, mecanismos eficaces de gestión y participación y no todos los agentes desean abandonar el modelo de rentabilidad a corto plazo” (Bote, 2004a).

Otro aspecto tiene que ver con la naturaleza central de los recursos y atractivos turísticos. A pesar de ello, situaciones como el desbordamiento de la capacidad de carga de las playas, la contaminación, la depredación de las riquezas del mar, bosques, lagos, ríos, etc., son frecuentes y constituyen la semilla de la destrucción del turismo, lo que acelera el ciclo de vida de los destinos y los relega en poco tiempo a quedar en segundo plano y/o a malbaratarse. La gestión de destinos en estas circunstancias se vuelve una contra-

dicción. Depredar los recursos sobre los que descansa la actividad turística en un sitio es como sembrar el cáncer de su destrucción. El turismo produce una variedad de efectos de naturaleza social, económica y ambiental, que hay que tener en cuenta al momento de su planificación.

Asimismo, a diferencia de los productos agrarios, industriales y de otros servicios, el consumo turístico, como ya se anotó, se realiza en el lugar. Son las personas quienes se desplazan hacia los diferentes destinos para satisfacer sus necesidades de ocio; de ahí el valor trascendental del factor accesibilidad, cristalizado en la existencia de medios de transporte e infraestructuras adecuadas para tal fin. La existencia de atractivos turísticos de jerarquía alta con buena dotación de infraestructura y planta turística en un destino convencional, no garantizan su éxito si la accesibilidad es precaria. En estrecho vínculo con lo anterior está la localización geográfica, en tanto los desplazamientos de personas ocurren con mayor intensidad al interior de las regiones de un país o entre países de la misma zona, lo que evidencia cierto carácter intrarregional del turismo. Los asiáticos se desplazan en su mayoría dentro de su zona, lo mismo ocurre con los europeos, los habitantes de Norteamérica y los de Sudamérica. Esto explica el éxito de México en el mercado norteamericano.

Por último destaca la particularidad de la experiencia. El turista se queda fundamentalmente con la experiencia vivida en el destino, de ahí que, dada la alta competencia nacional e internacional y la tendencia de baja tasa de retorno, los destinos tienen que dejar una huella poderosa entre los clientes que lo eligieron y disfrutaron, para asegurar su regreso y que se conviertan a la vez en promotores del sitio. Aquí, además del tema de la calidad de los servicios prestados, se precisa la figura del hacedor de sueños, del elaborador de experiencias, aquél que sea capaz de diseñar productos que despierten emociones recónditas.

Conocidos algunos rasgos de la naturaleza y funcionamiento del turismo, a continuación se expone la situación del turismo en México, con una referencia particular hacia el modelo turístico-inmobiliario.²

² El modelo turístico inmobiliario se entiende como la producción de un espacio con marcada especialización residencial, según criterios inmobiliarios, mediante la producción de suelo y viviendas de uso no principal -en su mayoría-, y de potencial disfrute turístico.

3. El turismo en México. De lo general hacia una referencia específica en los desarrollos turístico-inmobiliarios del litoral

El análisis y la reflexión del turismo en México exigen plantearse muchas preguntas, algunas difíciles de contestar por los inadecuados e insuficientes modelos teóricos disponibles; que dificultan interpretar acertadamente la información. Aquí se explora parte de la realidad del turismo litoral en México, en especial, aquella que pone de manifiesto problemáticas que condicionan el estado competitivo del turismo en el país, a la vez que producen costos y riesgos importantes.

Se comienza con una revisión de la demanda turística internacional. No obstante que México permaneció durante décadas en la élite de los 10 primeros países en llegadas de turistas internacionales, el volumen de viajeros en los últimos años se mantuvo estancado. Si en el año 2000 arribaron al país 20.6 millones de turistas internacionales, su número se elevó sólo a 23.1 millones en 2012. Ello sin considerar los ascensos y descensos en los años intermedios, cuya cifra ha oscilado en la franja de 20 millones anuales (véase Tabla 1).

Al comparar las llegadas de turistas internacionales al país en el año 2000 con las de 2012, se observa un aumento de 2.5 millones. Lo anterior representa un incremento pequeño si se compara con países como China, Turquía o Malasia, que en el periodo de referencia tuvieron diferencias positivas de 26.5, 26.1 y 14.8 millones, respectivamente, en el mismo rubro. Con una tasa media anual de crecimiento (TMAC) de 0.86% registrada en este periodo, lo normal es que México haya pasado del puesto 7 en el año 2000, al 13 en el 2012 (véase Tabla 1). Existe, por tanto, un problema de pérdida acelerada de competitividad en el mercado turístico internacional. En materia de ingresos por este mismo concepto, la situación tampoco es distinta. Se pasó del puesto 12 en el año 2000 al 24 en el 2012 (OMT, 2013). El gasto promedio por turista se ha reducido; el negocio turístico pierde rentabilidad.

Con base en lo anterior, conviene preguntarse: ¿Por qué el país en este rubro no ha crecido, por lo menos, a un ritmo cercano al de otros destinos competidores? Si el 72% de los turistas internacionales que arribaron al país en el último año de referencia provinieron de EE.UU y Canadá, este volumen de llegadas ¿Es resultado de la labor de gestión y mercadotecnia realizada en el país o consecuencia de la cercanía

Tabla 1. Llegadas de turistas internacionales. (Millones. Cifras redondeadas).

N°	2000		2006		2009		2012	
	País	Turistas	País	Turistas	País	Turistas	País	Turistas
1	Francia	77.2	Francia	77.9	Francia	74.2	Francia	83.0
2	EUA	51.2	España	58.7	EUA	54.9	EUA	ND
3	España	47.9	EUA	51	España	52.2	China	57.7
4	Italia	41.2	China	49.9	China	50.9	España	57.7
5	China	31.2	Italia	41.1	Italia	43.2	Italia	46.4
6	R. Unido	25.2	R. Unido	30.7	R. Unido	28	Turquía	35.7
7	México	20.6	Alemania	23.6	Turquía	25.5	Alemania	30.4
8	Canadá	19.6	México	21.4	Alemania	24.2	R. Unido	29.3
9	Alemania	19	Austria	20.3	Malasia	23.6	Rusia	25.7
10	Austria	18	Rusia	20.1	México	21.5	Malasia	25.0
11	Polonia	17.4	Ucrania	18.9	Austria	21.3	Austria	24.2
12	Grecia	13.1	Turquía	18.9	Ucrania	20.8	H o n g Kong	23.8
13	Malasia	10.2	Canadá	18.3	H o n g Kong	16.9	México	23.1
14	Turquía	9.6	Malasia	17.5	Canadá	15.7	Ucrania	23.0

Fuente: elaboración propia con información de la OMT (OMT, 2012).

geográfica que se tiene con ellos? ¿Se mantienen las cifras, primordialmente, por la renta de localización, fruto de tener a uno de los mercados emisores de turistas más grandes del planeta “a un lado de casa”? Pese a las incontables alertas de seguridad emitidas en Estados Unidos, México continúa siendo el principal destino visitado por los ciudadanos del país vecino. La tendencia sigue igual y enseña una vez más lo siguiente: el turismo es resistente a las crisis. Virtud de enorme valor en un mundo cambiante y turbulento.

Ahora bien, la inversión nacional y extranjera en el sector turístico orienta sobre los modelos de desarrollo turístico dominantes en el país, y obliga a formular preguntas sobre las implicaciones socioeconómicas y ambientales de dichos modelos. Para ello, primero conviene saber cuál es el monto y procedencia de la inversión turística.

La inversión turística privada en México en 2011 se cifró en 3,720.66 millones de dólares americanos (Sectur, 2011). Su monto ha sido menor en los últimos dos años, comparada con la de 2008, que alcanzó la cifra de 4,348 millones de dólares (véase Tabla 2). La inversión turística extranjera ha perdido peso en el conjunto de la inversión privada. Pasó de representar un 41.5% en 2008 a sólo el 20% en 2011, lo que afectó el descenso total de la misma. Se estima que la crisis inmobiliaria y financiera de Europa y Estados Unidos guardan estrecha relación con el comportamiento de la inversión privada en el sector.

Nota. La cifra total del año 2011 se obtuvo del Boletín 33 de Sectur con fecha del 21 de febrero de 2012 (Sectur, 2012) y los montos por cada rubro se calcularon con base en los porcentajes anotados por

la institución. Dado que la suma de los porcentajes contenidos en el boletín no suma 100%, se redondeó el correspondiente a la inversión extranjera, por lo que las cifras finales, por cada tipo de inversión, se deben considerar como aproximados. El Padrón Nacional de Proyectos de Inversión para los años 2011, 2012 y 2013, hasta el momento de la redacción del presente artículo, no se encontraba en el portal de la Secretaría de Turismo.

España y Estados Unidos son los países que han generado la mayor inversión turística en México (véase Tabla 3). Hasta 2008, España fue el principal inversionista en el país, papel que perdió a partir de 2009 con Estados Unidos, no tanto porque las inversiones estadounidenses hubieran crecido, sino porque sus descensos fueron menos drásticos que los del país ibérico. En 2011, con base en el Boletín 33 de la Sectur, Estados Unidos, España, China y Reino Unido fueron las naciones que más invirtieron en el país en este rubro (Sectur, 2012).

En el año 2010, en el capítulo “Otros Países” destacó Canadá con 60.24 millones de dólares americanos equivalente al 9.96% del total. El año 2008 tiene su corte hasta el mes de septiembre. Fuente. Sectur (2011, 2010a).

Como se aprecia en la Tabla 4, en 2010 los estados con mayor inversión fueron Jalisco, Nayarit, Quintana Roo y Sinaloa. Con excepción del D.F, los cuatro poseen algo en común: tienen colindancia con el mar y albergan importantes centros turísticos de sol y playa. En años anteriores también destacaron estados como Guerrero, Sinaloa y las Bajas Californias; todos también con importantes franjas costeras.

Tabla 2. Procedencia de la inversión turística privada (en millones de dólares)

Origen	2011	Porcentaje	2010	Porcentaje	2009	Porcentaje	2008	Porcentaje
Nacional	2,972.81	79.9	2,924.61	82.9	2,230.01	75.4	2,541.78	58.5
Extranjera	747.85	20.1	604.60	17.1	727.57	24.6	1,806.73	41.5
TOTAL	3,720.66		3,526.21		2,957.58		4,348.51	

Fuente: Sectur. Padrón Nacional de Proyectos de Inversión (Sectur, 2008, 2009, 2010a).

Tabla 3. Inversión extranjera por país de origen. (Cifras en millones de dólares)

País	2010	Porcentaje	2009	Porcentaje	2008	Porcentaje
España	61.61	10.19	170.1	23.38	1,046.59	57.93%
Estados Unidos	374.20	61.89	286.0	39.31	638.15	35.32%
Otros Países	168.80	27.92	271.4	37.31	122.00	6.75%
GRAN TOTAL	604.61	100%	727.5	100	1,806.74	100%

Tabla 4. Estados con mayor inversión a diciembre de 2010.

Entidad	Millones de Dólares	Participación a Nivel Nacional	% acumulado
Jalisco	\$467,17	13,25%	13,25%
Distrito Federal	\$452,80	12,84%	26,09%
Nayarit	\$352,67	10,00%	36,09%
Quintana Roo	\$339,91	9,64%	45,73%
Sinaloa	\$301,99	8,56%	54,29%

Fuente: Sectur (2011).

¿Y en qué tipo de proyectos se ha invertido? Según se puede apreciar en la Tabla 5, hasta 2009 la inversión privada se dirigió principalmente hacia la construcción de proyectos turísticos inmobiliarios: hacia el negocio de la segunda residencia, y en segundo lugar quedó la inversión en hospedaje. La crisis inmobiliaria pudo haber roto temporalmente la tendencia. Sin embargo, dado que el negocio inmobiliario es altamente lucrativo y en México existen condiciones idóneas para su desarrollo, se presume que pronto recuperará su posición. Basta dar un recorrido por la Riviera Maya o la Nayarita para darse cuenta que las grúas ya forman parte del paisaje urbano y los anuncios espectaculares que ofertan condominios se cuentan por decenas.

Nota. A partir de 2010 el formato cambió, particularmente los nombres de los conceptos de inversión, lo que obligó a conservar en las tablas únicamente las cifras para hospedaje (en el otro formato nombrado como hoteles) y de inversión turística inmobiliaria,

Tabla 5. Inversión en turismo por tipo de proyectos (millones de dólares)

Tipo de Proyecto		2011	2010	2009	2008	2007	2006
1	Hospedaje	911.97	1,679.06	1,015.40	1,250.33	830.03	931.62
2	Alimentos y Bebidas	137.85	76.46				
3	Esparcimiento	657.02	377.53				
4	Servicios Complementarios	548.39	244.96				
5	Inversión turística Inmobiliaria	765.44	1,148.21	1,359.06	1,521.11	1,380.11	1,274.69
	Total	3020.67	3,326.21	2,957.58	4,641.17	4,348.50	3,072.60

Fuente: SECTUR (Registros de 2006 al 2010a, 2011).

además que se incluyeron los totales. Se evitó especular sobre las otras equivalencias. Las cifras de 2011 sólo corresponden al primer trimestre de ese año.

Llama la atención que las cantidades contenidas en el Boletín 33 de la Sectur con fecha del 21 de febrero de 2012 sobre inversión por tipo de proyectos no suman los 3,720.66 millones de dólares. A pesar de ello las cifras no dejan de ser sugerentes.

Por su parte, para 2013 la iniciativa privada anunció la inversión en proyectos turísticos por 8,631 millones de dólares. El presidente del Consejo Nacional de Empresarios Turísticos (CNET), Pablo Azcárraga Andrade, dijo que se trata de 176 proyectos de inversión para la construcción de nuevos hoteles y resorts, así como en una mayor oferta de tiempos compartidos, en infraestructura aeroportuaria y en ampliación de la oferta gastronómica. El patrón de inversión es el mismo: de los 27 destinos donde se aplicará la inversión, 16 son de playa y sol, y los 11 restantes son ciudades con atractivo turístico. Las 17 entidades federativas beneficiadas son: Baja California Sur, Campeche, Colima, Distrito Federal, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Tabasco, Sinaloa, Sonora y Yucatán (El Economista, 2013).

Los datos arriba expuestos, aunque no concluyentes, sugieren que el capital extranjero influye en los patrones de desarrollo del turismo: México, al igual que España, reproduce un modelo turístico fuertemente heliotropista y con marcado acento en las residencias secundarias, sobre todo en la franja litoral ¿Es esta tipología de alojamiento la que más empleo y derrama económica genera en los centros turísticos? ¿No sería bueno dar un vistazo a la magnitud del cementado del litoral español y ser más conscientes de

todas sus implicaciones? Faltan estudios en México: sin embargo, dadas algunas similitudes existentes con el caso español, investigaciones realizadas en aquel país pueden resultar sugerentes. Por ejemplo, en 2005 Exceltur reveló que “el turista extranjero que se aloja en un establecimiento regulado gasta en promedio 114.7€, un 123% más al día que el turista que utiliza la oferta residencial (51.3€), patrón de comportamiento que también se cumple para el turista nacional” (Exceltur, 2005:11). Ello puede ser uno de los muchos factores explicativos de la pérdida de rentabilidad del negocio turístico en México. Sus implicaciones económicas van mucho más allá del gasto. Las nuevas formas de desarrollo urbano en el espacio litoral son integrales, pero fundamentalmente en beneficio del inversionista, y su incidencia favorable en el desarrollo socioeconómico de las regiones receptoras es mínima. Si en Cancún, por ejemplo, el promedio de los lotes turísticos es de dos hectáreas; desarrollos turístico-inmobiliarios de la Riviera Maya alcanzan hasta las 600 hectáreas y acaparan todo tipo de beneficios para los grupos inversores. ¿De qué manera? Jiménez (2010), al tomar como referencia Cancún, encontró que un hotel construido en la sección urbanizada, provocaba un aumento de valor en los lotes adyacentes y socializaba los beneficios hacia los propietarios de estos predios colindantes. En cambio, en la Riviera Maya, por ejemplo, por su magnitud, los lotes contiguos al nuevo hotel o campo de golf construido, que son los buques insignia de los grandes desarrollos turístico-inmobiliarios, incrementan su valor, pero al pertenecer al mismo grupo empresarial, no dejan escapar beneficios de esta índole hacia el entorno. El primer ejemplo es un caso de *plusvalía socializada* mientras que el segundo corresponde a una *plusvalía hegemónica*: una plusvalía monopólica.

El caso más reciente y polémico en México es el proyecto Cabo Dorado, un megacomplejo turístico de capital chino y estadounidense que se tiene planeado construir a unos metros del Parque Nacional Cabo Pulmo, en el extremo sur de la Península de Baja California. El proyecto considera la construcción de 22,500 habitaciones de hotel, dos campos de golf, una planta de tratamiento de aguas residuales, un campus universitario y un centro deportivo de alto rendimiento (El País, 2014). Sin embargo, el proyecto ha recibido un fuerte rechazo de vecinos y organizaciones am-

bientalistas al advertir el desastre ecológico y social que ocasionará, lo que ha obligado al grupo inversor a cancelarlo temporalmente.

En el territorio expropiado para el centro turístico Bahías de Huatulco, está la cuenca baja del Río Copalita. Se trata de un ecosistema frágil, -donde están los humedales, reconocidos como Sitio Ramsar en 2003-, y que se dejó fuera de la poligonal del Parque Nacional Huatulco (PNH). La exclusión es injustificada desde cualquier definición de ecosistema y sustentabilidad en el manejo de los recursos (Ornelas, 2006). En esta porción del territorio, Fonatur tiene planeado impulsar la construcción de hoteles Categoría Especial y de Gran Turismo, así como un campo de golf (Fonatur, 2012). Sin embargo, la experiencia en otros destinos ha enseñado que construir uno o dos campos de golf no es garantía de rentabilidad; por tanto, aquí lo que menos interesa es el golf y los daños ambientales que ocasiona; lo que vale es el negocio inmobiliario, el valor que adquieren los terrenos y los inmuebles que se construyen en torno a ese atractivo; valor catapultado además, por la imponente belleza del lugar. Por tanto hubiera resultado atípico no encontrar entre las acciones a desarrollar la promoción de un “desarrollo turístico residencial de baja densidad” (Fonatur, 2012), y de alta exclusividad. Una vez más la constante inmobiliaria.

¿Y dónde quedan las divisas y los empleos de calidad? Jiménez (2010) subraya que “el concepto de desarrollo actual no tiene una pretensión de centro turístico sino como excusa. El verdadero objetivo es inmobiliario; no son las divisas o el empleo sino la rentabilidad del capital a partir de la venta rápida y al mayor precio posible de la tierra” (Jiménez, 2010). En Puerto Peñasco, por ejemplo, los nuevos conjuntos habitacionales se publicitan no sólo como segundas residencias, sino como inversión inmobiliaria susceptible de ser rentada o vendida posteriormente con una plusvalía importante (Hiernaux, 2005). Las cifras respaldan la publicidad. En este centro turístico, en el transcurso de siete años el valor del suelo aumentó un 953% (CMIC, 2008; citado por Enríquez, 2010). Un lote que en 1996 costaba entre 70 u 80 mil pesos, en 2010 se cotiza actualmente en torno a los tres millones de pesos. Los nombres, las marcas bien posicionadas ejercen un poder sin igual en la decisión de compra de los turistas potenciales. Estos desarrollos turístico-

inmobiliarios, bajo el amparo de una “marca para-guas”, comercializan terrenos, villas o departamentos turísticos, principalmente para extranjeros que confían en dicho nombre; muchos de ellos *babyboomers*³ que anhelan pasar el resto de su vida en estos pequeños paraísos.

Si antes la parte oficial ensalzaba la captación de divisas y la generación de empleo como principales beneficios de la actividad, hoy con este nuevo modelo de desarrollo turístico, ni a ello se llega, ni para eso alcanza. Los turistas que se hospedan en hoteles, probablemente después lo hagan (y ya tiene tiempo que ocurre), en su segunda vivienda, muchas de las cuales son rentadas por los propietarios en sus países de origen, lo que disminuye considerablemente la capacidad de contribución socioeconómica del turismo en los destinos. Centros turísticos como Cancún, -considerado durante muchos años como la fábrica de divisas de México-, y que ha sido objeto de fuertes y merecidas críticas por parte del mundo académico, resultan benévolo frente a las nuevas formas de apropiación espacial del litoral a través de extensos desarrollos inmobiliarios.

Si bien, el turismo residencial tiene un efecto económico inmediato indicado por el empleo en los sectores de la construcción y los servicios, éste rápidamente tiende a disminuir al terminar las obras de edificación y la estacionalidad de los residentes en el lugar, lo que deja como consecuencia el encarecimiento del suelo y de la vida en general (Enríquez, 2010). La espiral de consecuencias negativas es amplia: competencia desleal para la hotelería establecida, generación de menor número de empleos por cuarto (Exceltur, 2005), derrama económica inferior, ocupación creciente del suelo, daños ambientales, etc. En cambio, los servicios públicos que demandan aumentan la carga presupuestal para los municipios, a través de la dotación de diversos servicios como agua, drenaje, recolección de basura, seguridad pública, etc. Mientras el Municipio se financie con el impuesto al ladrillo, sus cuentas no muestran signos de desequilibrios. El problema ocurre cuando las crisis

3 Población de la tercera edad atraída por el clima, la calidad de vida y la cercanía geográfica con sus países de origen, entre otros factores, que se mueve para fijar su lugar temporal de residencia en municipios principalmente del litoral. Se trata de un sector de la población norteamericana que en el año 2030 se estima alcanzará los 70 millones de personas (Migration Policy Institute, 2006; citado Enríquez, 2010).

inmobiliarias golpean. Véase el caso de algunos municipios españoles que una vez que dejaron de percibir ingresos por concepto de impuesto a la construcción, terminaron con serios déficits económicos, algunos incluso al borde de la quiebra técnica.

Al mismo tiempo se reproducen procesos de segregación social y funcional. Córdoba y García (2003) documentaron que en el caso de Cancún se yuxtaponen tres ciudades colindantes: una para los turistas, otra para los sectores medios y la tercera para los trabajadores menos favorecidos; respecto a la Riviera Maya, la carretera Cancún-Chetumal, que discurre a unos cuatro kilómetros de la línea de costa, separa a los grandes desarrollos turístico-inmobiliario, de los asentamientos que ocupa la clase trabajadora, en muchos casos compuesta por pobladores que originalmente vivían en la línea de costa, y forman lo que estos autores han denominado *ciudades gemelas*. En términos de Castells y Borja (2004) se está frente a la ciudad dual; la ciudad configurada en términos de riqueza y pobreza, estructura que se replica con celeridad en otros espacios. Desarrollos turísticos e inmobiliarios de esta naturaleza se pueden encontrar en distintos lugares de México y, al abarcar varios kilómetros de costa, por un lado, reducen el acceso de los pobladores locales a la playa, y pasan de ser públicas a playas de acceso restringido (en la práctica privadas) y, por otro lado, carecen de uno de los tradicionales emblemas de centros turísticos del litoral: el paseo marítimo, el paseo costero, el lugar donde el espacio se hace público para uso y disfrute de todos los que allí confluyen: derecho elemental que debería exigirse a los promotores del expolio acelerado del litoral.

Contrario a lo anterior, las playas deben ser concebidas como un espacio de interacción social entre la población local y la turística (Bringas, 1999). Como ya se anotó, en los espacios litorales, con frecuencia esto se cristaliza en el paseo costero. Sin embargo, con la avenida principal detrás de los hoteles y no colindante con la playa, en un esquema marcadamente clasista, se limita el acceso a la zona a la población trabajadora, que en palabras de Córdoba y García (2003) “no luce un look adecuado”, para no perturbar la tranquilidad de turistas.

Se tiene que entender que los grandes inversionistas o los residentes temporales, compran el predio o

terreno donde edifican los inmuebles, mas no compran la playa, ni demás bellezas y comodidades del lugar. Por tanto, no tienen ningún derecho de privar a la comunidad local de su uso y disfrute. Tómese en cuenta que, las obras públicas no pueden financiarse sólo con el crecimiento de las divisas turísticas, sino primordialmente con los impuestos que pagan los ciudadanos (Ascanio, 2005). Esta forma de apropiación del espacio, sin duda, no sería posible sin la permisividad administrativa de los políticos en turno.

No puede desvincularse con lo anterior el carácter visible del turismo como factor de crecimiento poblacional. En treinta años, a partir del desarrollo de Cancún, se han producido grandes transformaciones en este estado (Quintana Roo), que ahora concentra los mayores crecimientos demográficos, con tasas anuales del 12% en Cancún a principios de la década de los noventa y el 17% en el municipio de Solidaridad para finales de esa década (INEGI, 1990, 1996 y 2000, citado por Córdoba y García, 2003). La tendencia continúa... Jiménez (2010) documentó que el municipio de Solidaridad, al que pertenece lo que comercialmente se conoce como La Riviera Maya, entre 2000 y 2005 registró una tasa media de crecimiento anual (TMCA) de su población de 16.3%. Estudios han demostrado que tasas de crecimiento poblacional por arriba del 5% anual pueden causar trastornos en las arcas municipales, dada la mayor demanda de servicios públicos, demanda a veces difícil de afrontar cuando los presupuestos públicos son excedidos.

Otros casos interesantes de estudio lo constituyen Sayulita y San Vicente, localidades del municipio de Bahía de Banderas.⁴ La primera, con alta tasa de fun-

cionalidad turística y la segunda, con una importancia destacada como proveedora de mano de obra para la actividad turística, aunque su tasa de función turística es de cero. En ambas poblaciones, una como destino turístico y la otra como centro receptor de fuerza de trabajo, se observan transformaciones de diversas magnitudes, consecuencias y características, no sólo en lo que respecta a la configuración del espacio territorial, sino en la transformación de su patrimonio cultural. Una manifestación del impacto del turismo en estas comunidades, cuyos habitantes se dedican principalmente a la actividad agrícola y pesquera, es el incremento exponencial de su población, sobre todo en San Vicente, debido a los migrantes nacionales que llegan de distintos Estados del país en busca de trabajo; en el censo de 1990, se registró un total de 2,873 habitantes y para el año 2010 ya contaba con 14,324 pobladores. En el caso de Sayulita, el censo de 1990 arrojó la cantidad de 994 habitantes y en 2010, sumaban un total de 2266 (INEGI, 1990 y 2010). Este incremento se debe a que muchos extranjeros, la mayor parte originarios de Estados Unidos y algunos europeos, han establecido su residencia en este pueblo, de forma temporal (permanecen varios meses al año, durante la temporada de menos calor) o permanente, puesto que varios de estos residentes son propietarios de establecimientos comerciales diversos. Esto ha propiciado también que los habitantes originales del lugar vendan sus propiedades, algunas situadas en el centro, a personas que se dedican a actividades comerciales derivadas del incremento de la actividad turística, lo que originó el desplazamiento de los pobladores hacia la periferia de su pueblo. El tu-

4 Respecto a la región conocida ahora como Riviera Nayarit, los cimientos del desarrollo turístico que ha alcanzado se remontan al año de 1970, cuando se creó el Fideicomiso Bahía de Banderas (FIBBA), que fue el primero en su tipo, y un instrumento jurídico-administrativo para impulsar el turismo en el Estado, concretamente en la costa sur, donde se expropiaron 4,136 hectáreas de tierras ejidales en una longitud de 142 km. de planicie costera, que correspondían en ese período al municipio de Compostela y actualmente, comparte con Bahía de Banderas, municipio creado en 1989, con la división territorial del primero. Los pobladores de las comunidades afectadas por la expropiación, consideraron que con la aplicación de una nueva política de planificación y gestión territorial se verían marginados del desarrollo, por lo que en ese mismo año (1970), mil quinientos ejidatarios se ampararon contra la expropiación decretada por el gobierno federal, ya que demandaban no solamente recibir la indemnización por la enajenación de la tierra, sino participar como empresarios y productores de

los insumos que demandara la actividad turística. (De la Rosa, 1989).

Se generaron muchas expectativas respecto al turismo para los habitantes de las poblaciones asentadas en la zona, sólo que el proyecto se truncó cuando la Dirección General del Fideicomiso se vio envuelta en un escándalo de corrupción.

Un nuevo impulso a la actividad turística tuvo lugar en el período de 1987 a 1993 cuando la administración del FIBBA se transfirió del gobierno federal al gobierno del estado de Nayarit. En 1990, se publica el Plan Maestro para el Desarrollo Integral del Turismo en el Estado de Nayarit, entre cuyos principales objetivos figuraban: a) aprovechar integralmente el potencial turístico; b) fortalecer los esfuerzos de coordinación y enlace; c) impulsar el desarrollo regional, y; d) apoyar a las poblaciones locales. Del año 1994 a la fecha actual, en esta región de la costa sur de Nayarit, las distintas administraciones estatales se han enfocado a reforzar el turismo de altos ingresos, tanto en lo que respecta a las inversiones extranjeras como a las inversiones directas del gobierno federal.

rismo residencial en la Riviera Nayarit se hizo presente con el surgimiento de las villas de descanso a todo lo largo del litoral nayarita desde Jarretaderas, Las Juntas, Mezcales, Bucerías, Cruz de Huanacastle, Villela, Punta Mita, Litibú, Sayulita, San Francisco, Monteón, localidades pertenecientes al municipio de Bahía de Banderas (Salazar, 2013).

En Puerto Peñasco, Enríquez (2010) documenta la existencia, en 2009, de 10,924 cuartos, de los cuales el 30% pertenecen a la modalidad de hoteles y tiempo compartido y el 70% restante se refiere a viviendas de segunda residencia.⁵ El citado autor encontró signos de transformación física del territorio y paisaje derivado de la construcción de una imponente cortina de hoteles y condominios en la playa, que vinieron a sustituir las dunas de arena, flora desértica, manglares y humedales, por paisajes artificiales y exóticos. La cortina de construcciones para uso turístico también permitió el cierre de las playas o las restricciones en el acceso para la población en general. Asimismo visualizó evidentes signos de precarización en las condiciones de vida de la población, manifiestas en la carencia de agua potable, energía eléctrica y drenaje. El autor citado afirma que las colonias “conforman un hábitat definido por las penurias materiales y sociales” (Enríquez, 2010). El número de viviendas se eleva, pero no en la misma proporción y rapidez los centros escolares, de salud y las áreas recreativas.

Además, la proliferación de viviendas turísticas provoca en muchos casos un encarecimiento de la vivienda destinada a residentes permanentes. Como señala Hiernaux (2005) “el desplazamiento de la vivienda local hacia el mercado turístico se hace cada vez más notorio, y reduce la posibilidad de los residentes permanentes para alcanzar una vivienda por el incremento de costos que impone el segmento turístico”. Por ejemplo, en Puerto Peñasco, el déficit de vivienda social en 2007 rondó las 4000 viviendas (Gobierno del Puerto Peñasco, 2007; citado por Enríquez, 2010).

Incremento poblacional también significa mayor presión sobre los recursos naturales. Además del consumo de suelo y el aumento de la demanda de servicios públicos, otra de las implicaciones que tiene este modelo de organización espacial basado en desarrollos turístico-inmobiliarios, corresponde al

5 Las cifras las obtuvieron de La Comisión de Fomento al Turismo, 2009, y son citadas por Enríquez, 2010.

consumo de agua. El agua es un recurso estratégico, pero limitado. Esta condición lo convierte en un factor de estrangulamiento del crecimiento turístico. Por tanto, incrementos poblacionales desproporcionados disparan su consumo, derivando en una sobreexplotación de los mantos acuíferos; ocurre entonces que, cuando las cantidades ya no son suficientes, comienza la dosificación. En el proceso de redistribución de tan valioso elemento, la población local ocupa la prioridad más baja. Sin duda, y aunque simple, no se trata de crecer más, sino de crecer mejor.

¿Aún se sigue pensando que el recurso litoral es ilimitado? El litoral es un recurso estratégico de incalculable valor que se tiene que cuidar y aprovechar de forma responsable, especialmente ahora que con la práctica turística acentuó la condición de espacio codiciado. Sin embargo, lo preocupante es que la industrialización del litoral, a manera de maquila turística, ocurre de forma rápida en distintos sitios del país, sin que los políticos valoren sus costos y riesgos. Aquí, el municipio tiene un papel relevante dado que es la unidad de gestión y planificación turística con representatividad política para actuar, fijar determinados fines y objetivos y utilizar ciertos instrumentos en el ámbito local (Bote, 2006); sin embargo, en su lugar se miran instancias con tibia participación en la planeación y ejecución de proyectos turísticos, sometidos a su vez a instancias extraregionales (Medina, 1994), y muchas veces cuando se planifica, el plan resultante se convierte más en un instrumento de justificación que de cambio verdadero; por ejemplo, la planificación en muchos casos se ha limitado a formalizar el cambio del uso de suelo y la producción del espacio residencial y turístico, es decir, a producir urbanizaciones turísticas, más que a promover un verdadero desarrollo integral. Para que un plan se formule e implemente bien hace falta voluntad política.⁶

Bajo los principios de “democratización y descentralización” de la nueva política turística gestada a principios de los años noventa y contenidas en la Ley

6 También sucede que gobernantes y grupos de poder no miran con buenos ojos la planificación porque -además del esfuerzo que representa-, por un lado se obligan a ceñirse a lo planificado perdiendo la ventaja que les otorga la toma de decisiones de manera discrecional sobre el uso del territorio y, por otro lado, se someten al rendimiento de cuentas sobre el desempeño de actuaciones lo que tampoco gusta a los políticos, en tanto pone en evidencia su gestión, muchas veces plagada de objetivos incumplidos. En la mayoría de los casos sólo formulan planes por requisito legal.

Federal de Turismo de 1992, se llevó a cabo un proceso de descentralización de las funciones de la Sector a favor de los gobiernos locales. La medida parece buena, sin embargo, planteó algunos problemas: a) se concede a los gobiernos estatales y municipales el derecho de construir la política turística, pero la política se tiene que financiar y no todos están en posición de hacerlo; b) los gobiernos estatales y municipales no siempre poseen el conocimiento necesario para actuar en la materia, situación que los obliga a actuar de la única manera como han conocido el turismo: en su modalidad de masas o la que les impone el mercado; c) la descoordinación institucional aparece como un problema recurrente, y; d) con frecuencia se está frente a un poder local sometido a las presiones del poder económico.

Desafortunadamente, en el país, como en otras partes del planeta, por lo lucrativo del negocio, los desarrolladores inmobiliarios van por delante de la planificación. El Estado tiene como finalidad hacer el bien público; la empresa se rige por una lógica de costo-beneficio. A partir de ahí, valórese el riesgo de dejar el litoral en manos de los promotores de una economía especulativa que lo que menos les importa es el bienestar de la gente.

Con el actual modelo de desarrollo turístico, ¿Se está pensando en el corto o largo plazo? Con la ocupación acelerada de la franja litoral con este modelo de desarrollo turístico ¿No se está acaso hipotecando el futuro⁷? Cuando llegue el momento de la reconversión de los destinos mexicanos ¿Quién pagará el costo de dicha reconversión: el gobierno, los empresarios o la sociedad? Tal vez ya hubo suficientes bancos de prueba con el turismo litoral español. Quizás tiene razón Bote (2004b) cuando afirma que España es un laboratorio científico infravalorado; quizá se debería aprender de aquel país para no cometer los mismos errores.

4. Conclusiones y recomendaciones

Los desarrollos turístico inmobiliarios se han filtrado en un significativo número de comunidades del espacio litoral mexicano, y otras continúan agregándose a la larga lista de los “desarrolladores”; agentes que se

han vuelto expertos en convertir ecosistemas costeros en hormigón. Se trata de un modelo que hoy en día favorece no sólo a las clases nacionales dominantes, como sucedía en el pasado, sino a la de otros países mediante el uso indiscriminado de los recursos naturales. Todo ello frente a leyes locales laxas y actuaciones tibias de las administraciones públicas, cuyos funcionarios a veces resultan ser socios o beneficiarios de los conglomerados económicos.

Por la forma como se ocupa la franja litoral, se percibe que a los dirigentes políticos y grandes conglomerados económicos financieros (constructoras, promotoras, bancos, aseguradoras, etc.) no les preocupa suficientemente la destrucción o pérdida de recursos naturales y limitados del litoral. Aunque se hable de desarrollo sostenible ahí están los hechos para probar lo contrario. Lo que predomina en estos proyectos del litoral es fundamentalmente un negocio de ganancias rápidas para estos grupos, para luego emigrar y replicar el esquema económico en otras partes del país u otros países, sin importarle la gente que vive allí y los recursos naturales. Los supuestos de la economía tradicional como el libre mercado y la creación de renta y empleo a corto plazo en detrimento o destrucción del patrimonio, les otorga sustento y apoyo. Ese culto, esa idolatría del crecimiento por el crecimiento, del cuanto más mejor, es la que predomina y lo que hay que cambiar en beneficio de todos y en contra de unas minorías extractivas. Lo cierto es que en torno al litoral existen fuertes intereses económicos y relaciones de poder, que lo vuelve difícil de corregir. Queda la voluntad política para cambiar, aunque se mira lejana.

A raíz del cambio de modelo económico de nación cambiaron las reglas del juego y el turismo no fue ajeno a ello. De ser un Estado interventor y regulador se pasó hacia un Estado neoliberal, adelgazado, donde cobraron mayor peso las reglas del mercado. Sin embargo, carece de todo sustento la creencia ortodoxa que el mercado lo resuelve todo, que es capaz de crear prosperidad a los habitantes sin la necesidad de reglas de conducta impuestas por el Estado. Un debate que se cree ha sido superado con la necesidad de mayor cooperación y concertación entre el sector público y el privado. Sin embargo, la política turística en el espacio litoral mexicano consiste simplemente en una especie de adaptación irreflexiva al mercado.

7 Cómo escribió Juan T. Delgado. Jefe de Economía y Mercados del periódico El Mundo, el ladrillo es un vector que genera fortuna rápida para unos pocos y deviene en desdicha duradera para una amplia mayoría.

Un poder local sometido, en muchos casos, a las presiones que ejercen los inversionistas y las administraciones públicas que los respaldan. En este caso, al parecer, la mano invisible está siendo sustituida por una completamente visible. Se mira una política turística en retroceso. Se desperdicia la oportunidad de construir un futuro mejor.

Por último, sirvan las anotaciones y reflexiones vertidas en este artículo y sobre todo, las inquietudes y preguntas expuestas para continuar la labor de investigación, de preferencia a través del trabajo interdisciplinario, a fin de profundizar mejor en las diferentes caras de este fenómeno

Referencias Bibliográficas

- Ascanio, A. (2005). El espacio turístico en países emergentes. La morada disgregada del hombre. *Revista Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Universidad de la Laguna. España. Vol. 3* (1)79-86.
- Bote, V. (2004a). *¿Hay que revisar los fundamentos científicos del Turismo Español?* Semana del 10 al 16 de mayo. España: NEXOTUR.
- Bote, V. (2004b). *¿Hay que revisar los fundamentos científicos del Turismo Español?* Semana del 17 al 23 de mayo. España: NEXOTUR.
- Bote, V. (2006). *La gestión Turística en La Vera*. España: ADICOVER.
- Bringas, N. (1999). Políticas de desarrollo turístico en dos zonas costeras del Pacífico mexicano. *Región y Sociedad. Colegio de Sonora. Vol. XI*. (17)
- Castells, M., Borja, J. (2004). *Local y global: La gestión de las ciudades en la era informática*. Madrid: Taurus.
- Córdoba, J., García, A. (2003). Turismo, globalización y medio ambiente en el Caribe mexicano. *Investigaciones Geográficas. Instituto de Geografía. UNAM. México. Vol. 52*. 117-136.
- De la Rosa, P., Miguel A. (1989). Análisis del Fideicomiso Bahía de Banderas. Universidad Autónoma de Nayarit.
- El Economista (2014). Inversión récord en turismo: EPN. Disponible en: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/08/21/invierten-8631-millones-dolares-turismo>.
- El Mundo (2014). No doy crédito. La lección panameña. Disponible en: <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/nodoycredito/2014/02/05/la-leccion-panamena.html>.
- El País (2014). Los inversionistas chinos suspenden el proyecto junto a Cabo Pulmo. Disponible en: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/05/30/actualidad/1401477091_279813.html
- Enríquez, J. (2010). El escenario turístico en Puerto Peñasco. Efectos sociales y urbanos. *Diálogos Latinoamericanos. Redalyc. Sistema de Información Científica. Núm. 17*.
- Exceltur. (2005). *Impactos sobre el entorno, la economía y el empleo de los distintos modelos de desarrollo turístico del litoral Mediterráneo Español, Baleares y Canarias*. Madrid: Deloitte. Disponible en: http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/auxfolder3/Sumario_residencial_completo.pdf
- Figuerola, M. (2005). *Turismo y desarrollo regional: hacia una perspectiva multidisciplinaria*. Memoria VII Congreso Nacional y II Internacional de Investigación Turística. Guadalajara, Jalisco, México.
- Fonatur. (2012). Libro Blanco. Relanzamiento del CIP Huatulco. Dirección de Desarrollo. México. Disponible en: <http://www.fonatur.gob.mx/es/transparencia/LibrosBlancos/7%20Relanzamiento%20CIP%20Huatulco.pdf>
- González, F. (2004). *Conocer el turismo en todas sus dimensiones*. España: SAVIA.
- Hamel, G. (2000). *Leading the Revolution*. USA: Harvard Business School Press.
- Hiernaux, D. (2005). La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso mexicano. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Vol. 9* (194).
- Hiernaux, D. (2007). Turismo en México: modelo de masa, del estatismo al mercado. En Bernard Duterme et al, turismo hoy: ganadores y perdedores. Editorial Popular. Madrid
- INEGI. (1990). Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática: XI Censo General de Población y Vivienda. Población total con estimación por Entidad, Municipio y Localidad. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/lib/Olap/consulta/general_ver4/MDXQueryDatos.asp?#Regreso&c=11894

- INEGI. (2010). Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática: XII Censo General de Población y Vivienda. Población total con estimación por Entidad, Municipio y Localidad. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/nay/Panorama_Nay.pdf
- Jiménez, A. (2010). *Cadenas Hoteleras. Estrategias y territorio en el Caribe Mexicano*. México: Porrúa / Universidad del Caribe. Primera Edición.
- Leno, F. (1993). *Técnicas de Evaluación del Potencial Turístico*. España: Secretaría General de Turismo. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- Medina, A. (1994). Urbanización litoral en Jalisco. *Ciudades. RNIU, México. Núm. 23*. 44-49.
- OMT. (2009). Barómetro Turístico. El deterioro de la economía mundial desafía al turismo internacional. Disponible en: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barometro9_1_sp_excerpt.pdf
- OMT. (2012). Organización Mundial del Turismo. Barómetro del Turismo Mundial. International Tourist Arrivals by Country of Destination. Madrid. Disponible en: http://www.siimt.com/work/models/siimt/Resource/1119/PDF_RankingOMT_2013_Abr2014.pdf
- OMT. (2013). Organización Mundial del Turismo. Barómetro del Turismo Mundial. Consejo de Promoción Turística. Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos. Disponible en: <http://www.siimt.com/work/models/siimt/Resource/3a160152-2240-4ad3-93cd-c2e567a1cdc2/SituacionSector2013v0614.pdf>
- Ornelas, M. (2006). *Utilización de recursos naturales y actividad turística en la Bahía y Microcuenca del Río Cacaluta*. En: Estudios multidisciplinarios en Turismo. México: Sector. Primera Edición.
- Salazar, A. (2013). Dinámicas sociopolíticas del turismo internacional y las segundas residencias en la Riviera Nayarit. Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo. Instituto de Investigaciones Antropológicas. UNAM (111-138).
- Sector. (2007). La inversión privada identificada en el sector. Padrón Nacional de Proyectos de Inversión. México. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/12903/InversionPrivDiciembre2007copia.pdf>
- Sector. (2008). La inversión privada identificada en el sector. Padrón Nacional de Proyectos de Inversión. México. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/insumos/pdf/Diciembre2008.pdf>
- Sector. (2009). La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos de Inversión. Secretaría de Turismo. México. Disponible en: http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/705/1/images/diciembre_2009.pdf
- Sector. (2010a). La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos de Inversión. Secretaría de Turismo. México. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/carrusel/images/Inversionprivadadic2009.pdf>
- Sector. (2010b). La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos de Inversión. Secretaría de Turismo. México. Disponible en: http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/inversion_privada/2010.pdf
- Sector. (2011). La inversión privada identificada en el sector turístico. Padrón Nacional de Proyectos de Inversión. Secretaría de Turismo. México. Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/705/1/images/2010.pdf>
- Sector. (2012). Creció 5.5 por ciento la inversión privada en el sector turístico durante 2011. Secretaría de Turismo. Disponible en: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_33_2012.
- Velasco, A., Ramírez, C. (2002). Instrumentos y Causas de Colaboración entre Administraciones Públicas. Memorias del IV Congreso Andaluz de Turismo. Celebrado en Jaén, 22 y 23 de noviembre de 2001 Andalucía (83-99).