



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Licenciatura en Geografía Humana

*“EVOLUCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO DE LA CABECERA MUNICIPAL
DE IXTAPAN DE LA SAL Y RELACIONES ENTRE LOS PRINCIPALES
ACTORES DE LA PLANTA TURÍSTICA.”*

TESINA

Para obtener el grado de Licenciado en Geografía Humana

Presenta: José Gabriel Gutiérrez Gómez

Asesor: Dr. Cristóbal Mendoza Pérez

Lector: Dr. Alejandro Díaz Garay

Iztapalapa, México, Marzo de 2018

Dedico este trabajo a...

Mi madre María Gómez Dorantes, gracias por tu apoyo, amor incondicional, dedicación y por ser mi ejemplo.

A mis hermanos Víctor e Irais, gracias por su apoyo y cariño incondicional.

Los amo.

Agradecimientos.

A través de estas líneas quiero dar un sincero agradecimiento a todas las personas que de alguna manera u otra ayudaron en la realización este trabajo terminal.

En primer lugar quiero agradecer de manera especial al Dr. Cristóbal Mendoza Pérez por su apoyo, paciencia, dedicación, confianza y motivación durante el desarrollo de este trabajo.

A mi familia por estar siempre conmigo apoyándome, por su cariño, sus consejos y por ser un gran pilar en mi formación. Gracias a ustedes soy quien soy. A todos ustedes los amo.

A mis amigos Javier, Yazmin, Carlos, Daniel, Alma, Yolanda, David, Alejandra y Sinhue, con quienes he compartido las mejores experiencias de mi vida universitaria además de considerarlos como una familia, les agradezco sus consejos y apoyo. Los quiero.

Por último quiero agradecer a los trabajadores de los distintos hoteles de Ixtapan de la Sal, quienes fueron muy amables de compartir información, experiencias y por colaborar en la realización de este trabajo.

A todos ustedes muchas gracias.

Índice

Capítulo 1. Introducción	5
Capítulo 2. El turismo y su huella en el espacio	20
2.1. Del turismo de elite al turismo de masas.....	21
2.2. Turismo: modelos y faces.....	23
2.3. Modelos explicativos de relaciones entre empresas.....	30
2.4. Clasificación del turismo: el turismo de salud y el turismo tradicional.....	31
2.5. Turismo en México.....	35
2.5.1. Nacimiento del turismo en México (1920-1945).....	35
2.5.2. Etapa de desarrollo (1945-1958).....	36
2.5.3. Etapa de tecnificación (1959-Actualidad).....	37
Conclusiones.....	42
Capítulo 3. Historia del turismo en Ixtapan de la Sal	43
3.1. Fase 1: Pre turística y de creación (1850-1941).....	44
3.2. Fase 2. Desarrollo y madurez del producto turístico (1945-1977).....	49
3.3. Fase 3: Organización, mutación y consolidación de Ixtapan de la Sal.....	55
Conclusiones.....	68
Capítulo 4. Organización y relaciones de la planta turística de Ixtapan de la Sal derivadas del turismo de salud	69
4.1. Estructura del turismo de salud en Ixtapan de la Sal.....	69
4.2. Origen y crecimiento de los principales actores de la actividad turística y su organización.....	71
4.2.1. Principales actores de la actividad turística en Ixtapan de la Sal y su clasificación.....	72
4.2.2. Clasificación y características de los actores.....	75
4.3. Relaciones entre los principales actores de la planta turística.....	78
4.3.1. Relaciones entre actores primarios.....	79
4.3.2. Relaciones entre actores secundarios.....	80
4.3.3. Relaciones entre actores primarios y secundarios.....	81
4.4. Problemas que enfrenta el turismo.....	83
Conclusiones.....	86
Conclusiones.....	88
Bibliografía.....	93
Anexos.....	101

Índice de mapas.

Mapa 1. Localización de Ixtapan de la Sal.....	11
Mapa 2. Localidades de Ixtapan de la Sal.....	12
Mapa 3. Localización de los borbollones de agua termal.....	45
Mapa 4. Primeros establecimientos de hospedaje en Ixtapan de la Sal.....	47
Mapa 5. Aparición de los primeros hoteles en Ixtapan de la Sal.....	48
Mapa 6. Corredores Turísticos de Ixtapan de la Sal.....	51
Mapa 7. Crecimiento urbano de Ixtapan de la Sal (1950-1974).....	52
Mapa 8. Hoteles por categoría y establecimientos turísticos en Ixtapan de la Sal.....	62

Índice de cuadros.

Cuadro 1. Población Económicamente Activa de Ixtapan de la Sal (2010-15).....	13
Cuadro 2. Población ocupada en el sector terciario en Ixtapan de la Sal (2010-15).....	13
Cuadro 3. Características de los entrevistados.....	18
Cuadro 4. Clasificación del turismo por área de interés.....	32
Cuadro 5. Clasificación del turismo en cuanto a su orientación.....	33
Cuadro 6. Clasificación del turismo de salud.....	34
Cuadro 7. Clasificación de ciudades turísticas.....	39
Cuadro 8. Crecimiento de la población de las localidades de Ixtapan de la Sal....	53
Cuadro 9. Evolución de establecimientos de Hospedaje 1994-2013.....	64
Cuadro 10. Crecimiento de la Afluencia de visitantes en Ixtapan de la Sal.....	65
Cuadro 11. Estructura del Turismo en Ixtapan de la Sal.....	70
Cuadro 12. Planta turística de Ixtapan de la Sal.....	78

Índice de gráficas.

Grafica 1. Crecimiento de la población de la cabecera municipal de Ixtapan de la Sal 1940-1960.....	54
Grafica 2. Crecimiento de Afluencia de Visitantes en Ixtapan de la Sal.....	66

Índice de fotografías.

Fotografía 1. Plaza municipal central.....	58.
Fotografía 2. Escultura de la Diana Cazadora.....	59
Fotografía 3. Colonia 5 de Febrero.....	60
Fotografía 4. Colonia 10 de Agosto.....	61

Capítulo I

Introducción

El turismo ha sido fundamental para las estrategias de desarrollo de México y ha sido colaborador importante en los cambios institucionales, culturales y económicos. Durante 1946 y 1952, el turismo ocupa un lugar privilegiado en la planeación del desarrollo social y económico del país y el gobierno le concede suma atención y surgen los grandes centros turísticos como Acapulco, Manzanillo, Mazatlán, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas, Isla de Cozumel o Isla Mujeres (Gestiopolis, 2016). En México, el periodo que comprende de la década de los años cuarenta a los ochenta, el desarrollo turístico se concentró en el turismo de sol y playa como modalidad dominante (Arias, 2007). Sin embargo, fue durante la década de los ochenta que comenzaron surgir y desarrollarse nuevos centros turísticos que no basaban su oferta en el típico modelo de sol y playa. Ixtapan de la Sal es uno de ellos (Jiménez, 1993).

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo describir y analizar las etapas de evolución del espacio turístico del municipio de Ixtapan de la Sal, Estado de México, particularmente el turismo de salud. En este proceso, se identificarán a los principales actores que conforman la planta turística del municipio y que ofrecen servicios propios del turismo de salud. A partir de ello, se analizarán las relaciones existentes entre cada uno de los actores previamente identificados. El concepto de “actor” es básico en este trabajo y se refiere al conjunto de individuos con vínculos en común e intereses afines, siguiendo la definición que hace (Cruz, 2016)

Los estudios sobre la evolución de los centros turísticos es un tema muy desarrollado por la geografía del turismo, aunque la mayoría de estos estudios se refiere a grandes centros turísticos, como pueden ser ciudades o polos turísticos, que basan su actividad en el típico modelo de sol y playa. A título de ejemplo, Ernesto Valenzuela (2009) describe cuatro etapas en la evolución de los polos turísticos en México: a) enlace y expropiación, b) internacionalización, c) consolidación y d) crisis y reinvencción. En concreto, este autor analiza cada etapa

de construcción y consolidación de Acapulco desde una perspectiva territorial, con los diversos efectos y su impacto en los ámbitos económico, político y social de la ciudad. Por otro lado, Horacio Espinoza (2013), a partir del caso de Cancún, hace un recuento histórico sobre el nacimiento de este gran centro turístico y analiza su historia también desde una perspectiva política y económica. Por último, Coll-Hurtado (2016) realiza una breve descripción de la historia de construcción de los principales centros turísticos de México como lo son: Iztapa Zihuatanejo, Los Cabos, Cancún o Huatulco. A diferencia de estos trabajos centrados mayormente en el turismo de sol y playa, aquí se aborda el análisis de la construcción y desarrollo de un municipio como centro turístico a partir de otro tipo de atractivo natural, como lo son los borbollones de agua termal.

En cuanto a los procesos de consolidación de un espacio turístico, Vera (1997) menciona que las características que obtiene un espacio turístico durante su proceso de construcción dependen de la relación oferta-demanda, dando como resultado que el espacio turístico (receptor) se dote de infraestructura y servicios. A este conjunto de infraestructura y servicios, Boullon (1997) lo llama planta turística, en ese sentido y, en este estudio, el objetivo de esta investigación consiste en identificar a los principales actores que conforman dicha planta turística y las relaciones que tienen entre sí (particularmente a los que ofrecen servicios de turismo de salud).

Dicho lo anterior, los objetivos específicos de este trabajo terminal son:

1. Describir el origen de la actividad turística en Ixtapan de la Sal, Estado de México, y sus etapas evolutivas a través del tiempo
2. Describir la conformación histórica de la planta turística del municipio
3. Identificar los principales actores que ofrecen servicios turismo de salud en Ixtapan de la Sal.
4. Analizar los vínculos existentes entre los actores que ofrecen turismo de salud en el municipio.

5. Explorar el papel del municipio a la hora de entender el modelo turístico implementado en Ixtapan.

Estos objetivos de investigación nos llevarán a plantearnos hasta qué punto el punto el turismo de salud es una actividad que se realiza al margen de otras actividades o, por lo contrario, está integrado en la oferta turística del municipio. De esta forma, plantearemos la viabilidad de un subsector que se encuentra en la base del desarrollo turístico de Ixtapan de la Sal, sus potencialidades y quizá también debilidades. Una vez vistos los objetivos de esta investigación, el posterior apartado se centra en los conceptos clave que articularán teóricamente este trabajo.

Conceptos clave

Los conceptos clave que articulan esta investigación son:

Turismo de salud: El turismo de salud es un concepto de turismo que es considerado por muchos como nuevo. Este tipo de turismo se define como el conjunto de actividades que realiza una persona al desplazarse de su localidad a otra por más de un día y menos de un año implicando el tener que hospedarse por lo menos una noche, teniendo como motivo principal o alternativo el recibir algún servicio de salud o bienestar (Organización Mundial de Turismo, 1975). Una de las modalidades de este tipo de turismo se conoce como turismo de bienestar el cual implica viajar de un lugar a otro en busca de servicios como el termalismo o turismo de balneario, es decir visitar lugares que cuenten con centros medicinales donde el agua termal ayude al alivio de enfermedades terapéuticas. A su vez practicar este tipo de turismo implica también el uso de servicios de balnearios, *golf fitness*, o lugares donde se puedan llevar a cabo actividades físicas (Asociación Mexicana de Turismo de Salud, 2011).

El turismo obviamente tiene un impacto en el territorio, particularmente en las cuestiones relativas a la infraestructura y servicios que el sector demanda. Por ello, el segundo concepto hace referencia al espacio socialmente construido.

Espacio socialmente construido: Almirón (2004) menciona que el turismo es una práctica social como cualquier otra que necesita del espacio y, al mismo tiempo lo construye, lo transforma y lo produce. Siguiendo esta línea de pensamiento Hiernaux (1996) plantea que el turismo crea y transforma espacios turísticos a partir de las prácticas de consumo realizadas por los turistas. Estas prácticas de consumo tienen cierto grado de exigencia (calidad del servicio) que la población local (del espacio receptor) tiene que cumplir, para ello dicha población se ve en la necesidad de cambiar su modo de vida, es decir adaptarse a las exigencias hechas por el visitante para cumplir con las demandas del mismo, en ese sentido el turismo no solo crea y transforma espacios, sino que además cambia y transforma sociedades. Milton Santos (1990), por su parte, define un espacio socialmente construido como un conjunto de formas (espaciales) representativas de relaciones sociales, pasadas y presentes, integradas en una estructura social. En el caso concreto de Ixtapan de la Sal, podemos afirmar que es un espacio socialmente construido, pues valga la redundancia, se ha construido a partir de la relaciones (que se han dado a través del tiempo) entre turista-población local, oferta-demanda. Sin embargo un espacio turístico no solo se crea o se transforma solo con la interacción entre población foránea y población local, si no que esta última también se relaciona entre sí, es decir dentro de la población local existen actores que al interactuar entre sí, también modifican y transforman el espacio, pues así lo propone Massey (2005) al señalar que: el espacio socialmente construido es producto de interrelaciones que van desde lo más inmenso de lo global hasta *lo más ínfimo de la intimidad*. (...) el espacio es producto de las relaciones, relaciones que están necesariamente implícitas en las prácticas materiales que deben realizarse, siempre está en proceso de formación, en devenir. Volviendo al caso de Ixtapan de la Sal como espacio turístico, este se ha construido y transformado no solo a partir de las relaciones turista-población local,

sino también a partir de las relaciones entre los actores turísticos (internos que conforman la planta turística y cuyo concepto que se verá más adelante).

Los actores turísticos a los que se hace referencia en el párrafo anterior se pueden entender como el conjunto de individuos o instituciones (especializados en la actividad turística) que buscan un fin común y mantienen vínculos entre ellos para poder sobresalir en la actividad. Los principales actores que forman a su vez la planta turística del municipio ya citado son: sector hotelero, parque acuático, balneario municipal y gobierno municipal. Las relaciones entre estos actores, más la interacción que estos tienen con los turistas no solo dan vida o hacen funcionar la planta turística del municipio sino que además convierten a Ixtapan de la Sal en un espacio socialmente construido. La interacción entre turistas y población local tiene un gran impacto en el espacio turístico, este impacto se ve reflejado en la aparición de infraestructura y servicios necesarios para cubrir la demanda, en ese sentido Almirón señala que los lugares de destino turístico son portadores de un conjunto de atributos que los hace aptos para el turismo. Estos atributos son dados por naturaleza en algunos casos, mientras que en otros, los espacios necesitan construirse. (Almirón, 2004). Este último tipo de atributos se refiere al conjunto de infraestructuras aptas para el turismo que ya se ha citado.

Con la misma idea, Boullon (1997) llama a lo anterior planta turística, es nuestro tercer concepto clave y se define como conjunto de servicios básicos y complementarios como alojamiento, alimentación, transporte, etc. que satisfacen los requerimientos del visitante bajo estándares de calidad regulados por organismos.

La planta turística está conformada a su vez por dos elementos:

1. Equipamiento: Se refiere a todos los establecimientos de administración pública encargados de prestar servicios básicos

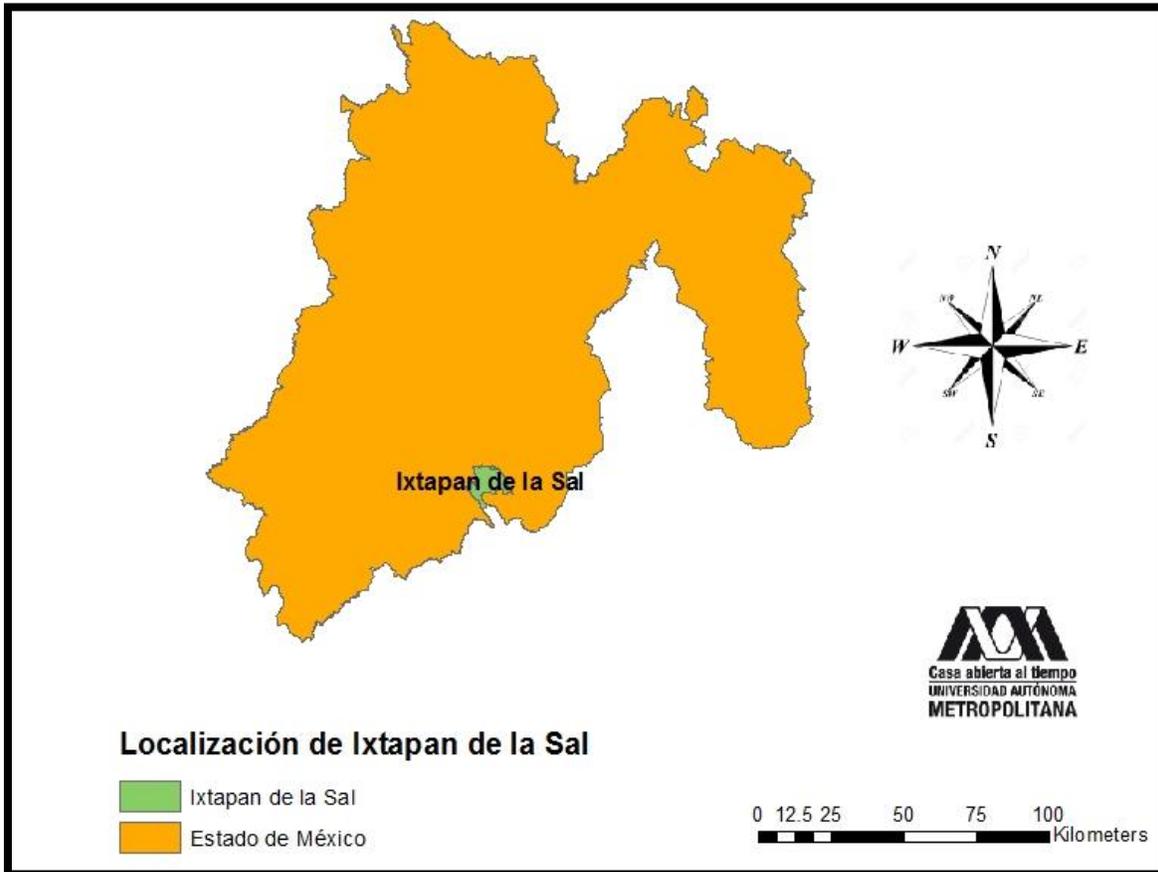
2. Instalaciones: Son todas aquellas construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de las actividades netamente turísticas. (Boullon, 1997).

Como se puede observar la definición de planta turística engloba todo lo referente a la actividad turística en general, sin embargo al ser el turismo de salud uno de los conceptos principales vamos a entender como planta turística a todos aquellos servicios, instalaciones y equipamiento que tienen que ver con este tipo de turismo por ejemplo servicios de agua termal, spa, masajes, hidromasajes y lugares donde se pueden llevar a cabo actividades físicas.

Lugar de estudio

Ixtapan de la Sal es un municipio localizado al sur del Estado de México que está conformado por 32 localidades, incluida la cabecera municipal que adopta el mismo nombre, (Véase Mapa 1 y 2). Tiene una población de 33,541 habitantes de los cuales 16,082 son hombres y 17, 459 son mujeres (INEGI. 2010).

Mapa 1. Localización de Ixtapan de la Sal



Fuente: Elaboracion propia a partir de los datos de INEGI

Mapa 2. Localidades de Ixtapan de la Sal



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de INEGI

Del total de la población, el 52% (17,640 habitantes), se concentra en la cabecera municipal y es en esta cabecera donde se concentra la actividad turística (Mapa 2). La importancia de lo anterior radica en que el 73 % de las personas que residen en dicha cabecera municipal se benefician del turismo, ya sea directamente a través de empleos en el sector (26%) o de forma indirecta (47%), a

través del comercio y otras actividades asociadas como la industria, negocios de artesanía, servicios de esparcimiento y culturales, transporte (Cruz, 2014).

En 2010 la población económicamente activa (con 12 años y mas) en Ixtapan de la Sal era de 13,260 personas (12,667 ocupadas y 593 desocupadas), de las cuales 7,921 pertenecían al sector terciario. Si hacemos énfasis exclusivamente en las personas que trabajan en servicios relacionados con el turismo como hotelería, servicios de alimentos y bebidas, servicios recreativos etc. y de acuerdo a la base de datos de INEGI, la cifra del número de personas que trabajan en dichos rubros son de 1,952. (INEGI, 2010). En el año 2015, las cifras anteriores cambiaron pues la población económicamente activa (con 12 años y mas) aumento a 13,568 personas (13,082 ocupadas y 486 desocupadas), de las cuales 8,181 pertenecían al sector terciario y si volvemos a enfocarnos a personas que trabajan en actividades relacionadas con el turismo, la cifra aumentó a 2,016 en dicho año (INEGI, 2015) (Véase Cuadro 1 y 2)

Cuadro 1. Población Económicamente Activa de Ixtapan de la Sal (2010-15)

	2010	2015
Población ocupada	12667	13082
Población desocupada	593	486
Total	13260	13568

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de INEGI 2010-2015

Cuadro 2. Población ocupada en el sector terciario en Ixtapan de la Sal (2010-15)

	2010	2015
Población ocupada en el sector terciario	7921	8181
Población ocupada en actividades relacionadas al turismo (hotelería, servicios de alimentos y bebidas etc.)	1952	2016

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de INEGI 2010-2015

El desarrollo del turismo como actividad económica en Ixtapan de la Sal data desde los años cuarenta del siglo pasado. A través de los años, esta actividad no sólo ha determinado la configuración territorial del municipio, sino que también ha moldeado la forma de organización económica de los ixtapenses. La actividad turística en Ixtapan de la Sal se comenzó a desarrollar a partir de doce borbollones¹ agua termal, (distribuidos en las distintas localidades que conforman el municipio) de la cual se encuentra a una temperatura superior a los 30°C. De los doce borbollones, diez le pertenecen a la cabecera municipal, aunque solo cuatro borbollones han sido utilizados y aprovechados turísticamente: los dos del barrio de Santa Catarina, que utiliza el balneario municipal, y los dos del barrio de San Gaspar, concesionados a la familia San Román, quienes son dueños del parque acuático “Ixtapan” (Arizmendi, 1999). Estas aguas se caracterizan por sus propiedades terapéuticas y representan un recurso hidrográfico de gran valía para el municipio (Becerril, 1998). El desarrollo de la actividad turística en el municipio está asociado con estas aguas, ya que han permitido el desarrollo del parque acuático “Ixtapan” (principal atractivo del municipio), la hotelería, y los distintos servicios relacionados con dicha actividad.

Además de los borbollones ya mencionados, Ixtapan de la Sal cuenta con un clima que ha influido en el desarrollo de la actividad turística el cual es de 22°C y una mínima de 14°C, a su vez tiene un clima semicálido subhúmedo con lluvias en verano, de humedad media (58.46%) y templado subhúmedo con lluvias en verano, de mayor humedad (41.54%) (INEGI, 2005). En ese sentido Lozato afirma que la imagen climática juega pues un papel de primer orden en la atracción turística (1990), esto aunado a la cercanía que el municipio tiene con las ciudades de México y de Toluca, principales emisores de turistas.

El turismo es evidentemente la actividad económica más importante del municipio, con una importante derramada económica, calculada para el año 2013 de alrededor de 155 millones de pesos (INAFED, 2013), que representa el 78 % del

¹ Borbollón: De acuerdo a la Real Academia Española, un borbollón, es la erupción de agua de abajo hacia arriba elevándose sobre la superficie

Producto Interno Bruto (PIB) del municipio (INEGI, 2013 y Agenda de Competitividad de Destinos Turísticos, 2013-2018). A su vez el 73% de la población económicamente activa (PEA) que residen en la cabecera municipal se beneficia del turismo (INEGI, 2010). Por último, el resto del municipio de Ixtapan de la Sal también se beneficia del turismo, dado que se calcula que el 21.67 % de la PEA de las localidades fuera de la cabecera municipal también se beneficia del turismo y por lógica dicha población tiene que migrar a la cabecera para incorporarse a actividades relacionadas al turismo (INEGI, 2010).

Metodología

La metodología de este proyecto es básicamente cualitativa, aunque se han usado estadísticas para contextualizar la importancia del turismo en la Población Económica Activa, como se ha puesto de manifiesto en el apartado anterior. El trabajo de campo se realizó desde el periodo de finales de mayo y principios de julio del año 2017 y consistió en entrevistas semiestructuradas con guion. En total, se diseñaron tres guiones de entrevistas, uno para responsables de hoteles, un segundo para un responsable del parque acuático y un tercer guion dirigido a un responsable municipal, quien no solo se encarga de la actividad turística en el municipio sino también respondió cuestiones relacionadas con el balneario municipal (Véase Anexo). La razón por la cual se diseñaron tres guiones distintos fue simplemente por se buscó información específica de cada establecimiento, a su vez esto nos permitiría también clasificar de manera más fácil la información obtenida. Todas las entrevistas fueron grabadas y posteriormente transcritas. Esta transcripción permitió ver a detalle todo lo dicho por cada entrevistado, lo cual facilitó el análisis de la información.

En dicho trabajo de campo se lograron identificar nueve establecimientos que ofrecen turismo de salud en sus distintas modalidades, los cuales son los siguientes:

- Parque Acuático Ixtapan
- Balneario Municipal “El Bañito”

- Hotel Ixtapan
- Hotel Rancho San Diego
- Hotel Villa Vergel
- Hotel Misión San José
- Hotel Marriot, Spa & Convention Center
- Casa de descanso Magisterial: *“Ixtamil”*
- Gran Reserva: Golf Resort & Country Club

Cada uno de los guiones incidía en analizar la forma de organización socio-económica del municipio derivada del turismo y las relaciones que hay entre los establecimientos que se dedican a este negocio y la segunda fue saber cómo ha evolucionado la actividad turística en el municipio a través del tiempo. Los guiones dirigidos a los responsables tanto del sector hotelero como al responsable del parque acuático son similares y están estructurados en los siguientes bloques:

- Origen del establecimiento
- Características generales del establecimiento relacionadas con los servicios que presta y su personal laboral
- Hechos históricos sobre el inicio y desarrollo del turismo en el municipio
- Problemas que ha enfrentado, enfrenta y enfrentará el turismo en Ixtapan de la Sal y posibles soluciones.
- La organización socio-económica del municipio y las relaciones que existen no solo entre los hoteles entrevistados, sino también con el resto de los hoteles, casas de huéspedes y posadas que hay en Ixtapan de la Sal, o con otros actores, como el gobierno municipal.

Por su parte las preguntas dirigidas al responsable municipal del turismo en la localidad, refieren a los siguientes puntos:

- La opinión sobre la actividad turística en el municipio.
- La manera de cómo se fomenta y se desarrolla el turismo en la localidad.

- La distribución de los recursos generados por dicha actividad
- Los problemas que ha enfrentado, enfrenta y enfrentará el turismo en Ixtapan de la Sal y posibles soluciones
- Preguntas concretas sobre el balneario municipal, los servicios que presta y el personal que labora.
- La visualización a futuro de la actividad turística en el municipio.

El trabajo de campo consistió en un par de visitas a cada establecimiento. En la primera visita, se daba a conocer al entrevistado el objetivo y la razón de dicha entrevista, a modo de primera toma de contacto. Una vez que el entrevistado estaba informado, se agendó una segunda cita para llevar a cabo la entrevista. En algunos establecimientos los entrevistados decidieron que la entrevista fuera inmediata es decir en una sola sesión y, en dos casos, se negaron a hacer la entrevista por cuestiones de políticas internas. Estos dos establecimientos fueron la Casa de descanso Magisterial Ixtamil y Gran Reserva: Golf Resort & Country Club. Cabe subrayar que, durante estas visitas, algunas personas contactadas que me atendieron fueron muy amables y me recomendaron hablar con otros representantes o responsables de otros establecimientos. Se buscó que los entrevistados tuvieran un puesto de mediano o alto rango, como alguna gerencia o jefatura de área en los establecimientos contactados, ya que ellos son los que conocen a fondo la forma en que cada uno de sus negocios operan y son los que están en constante comunicación con otros miembros de otros establecimientos. En total, se entrevistaron a ocho gerentes de los diferentes establecimientos, además de un miembro del gobierno municipal. El Cuadro 3 resume la información sobre los entrevistados.

Cuadro 3. Características de los entrevistados

Empresa donde trabaja el entrevistado	Años de labor en la empresa	Años residiendo en Ixtapan de la Sal	Cargo dentro de la empresa	Numero de sesiones
Hotel Misión San José	5 años	10 años	Gerente general	1
Hotel Ixtapan	17 años	13 Años	Gerente de ventas	2
Hotel Villa Vergel	22 años	Desde siempre	Gerente general	1
Hotel Rancho San Diego Gran Spa Resort	20 años	Desde siempre	Administración	2
Balneario municipal	3 años	Desde siempre	Quinto regidor municipal	1
Hotel Marriot, Spa & Convention Center	14 años	Desde siempre	Gerente de ama de llaves	1
Spa del parque acuático Ixtapan	28 años	Desde siempre	Masajista	1
Parque Acuático Ixtapan	40 años	40 años	Gerente de operaciones	1

Fuente: Trabajo de campo

Estructura del trabajo terminal

Este trabajo terminal está dividido en cuatro capítulos, aparte de esta introducción. El segundo capítulo es de naturaleza teórica y se centra en los modelos de construcción de espacios turísticos, que presentan las fases por las que un espacio turístico pasa durante su proceso de conformación. También se presenta un modelo teórico explicativo sobre las relaciones que existen entre los principales actores de cierta actividad económica, en este caso turística. Dicho modelo nos ayudará a comprender las relaciones de complementariedad (o no) entre las empresas involucradas en este negocio del turismo en Ixtapan de la Sal. Por último, en este mismo capítulo, se describe de forma breve la historia del turismo en México, con la finalidad de contextualizar el nacimiento de Ixtapan de la Sal como centro turístico en México.

El tercer capítulo precisamente retoma el punto anterior y describe las etapas de evolución de la actividad turística en el municipio y analiza las fases de transformación que ha sufrido tanto el espacio turístico como la sociedad local, con base en los modelos de construcción de espacios turísticos presentados anteriormente en el apartado teórico.

En el cuarto capítulo, se identificarán los principales actores de la actividad turística, específicamente la referente al turismo de salud, los vínculos existentes entre estos actores, cómo se relacionan y complementan sus servicios. También en este capítulo se dan a conocer los problemas que enfrenta la actividad turística en la localidad. Por último, en un quinto apartado, se dan a conocer las conclusiones a las que he llegado con la realización de este proyecto de investigación.

Capítulo II

Turismo: Su historia y su huella en el espacio

El objetivo de este capítulo es hacer una revisión teórica sobre la evolución de la actividad turística a través del tiempo, pues como se verá más adelante, esta actividad solo era practicada por clases dominantes; así mismo en este capítulo se expondrán algunas aportaciones teóricas que refieren a las etapas de construcción de centros turísticos derivado de la masificación de dicha actividad.

En particular, nos interesa el turismo referente al turismo de balneario que ha sido el dominante en el municipio de estudio, Ixtapan de la Sal. Este tipo de turismo, en un principio, también estaba abocado a las clases dirigentes, pero, al popularizarse, ha representado una buena fuente de ingresos para algunos municipios.

Este capítulo está dividido en cuatro apartados. En el primero se da a conocer la evolución de la actividad turística, desde sus inicios en que esta actividad solo era practicada por sociedades de alto poder adquisitivo, hasta después de la segunda guerra mundial, cuando esta actividad se masificó. Esta masificación ha tenido aspectos positivos como pueden ser la creación de nuevos destinos turísticos que no basan su actividad en el típico modelo de sol y playa y usan sus características particulares (como la cultura, naturaleza, paisaje etc.) como principal instrumento para desarrollar diferentes formas de turismo. En estos nuevos destinos se produce un proceso de construcción del espacio turístico y es en el segundo apartado donde se dan a conocer los principales modelos evolutivos de espacios turísticos como lo son planteados por Bluter, Chadeud y Miossec. A su vez en este mismo apartado se plantea un modelo teórico de relaciones entre empresas, mismo que nos ayudara a analizar las relaciones entre los principales actores en Ixtapan de la Sal en cuanto a la actividad turística se refiere, particularmente al turismo de salud.

En el tercer apartado, se dan a conocer los tipos de turismo y se hará énfasis en el turismo de ocio y de balneario, pues estos dos tipos de turismo son los que más se practican en nuestro lugar de estudio. En el cuarto capítulo se explicará cómo ha ido evolucionando el turismo en México y la importancia que esta actividad tiene para la economía del país.

2.1 Del turismo de élite al turismo de masas

El turismo nace en los albores de la revolución industrial en el siglo XVIII, cuando comienza a establecerse el ferrocarril como medio de transporte, aunado a otros factores como el mejoramiento salarial, el crecimiento del nivel cultural de las masas, el acercamiento de los pueblos mediante el transporte moderno, las facilidades de financiamiento de los viajes y el crecimiento urbano que obliga a los habitantes a buscar descanso y sosiego en otros lugares que cumplen con ciertas características peculiares que los hacen adquirir etiqueta de sitios turísticos. Sin embargo, la posibilidad de efectuar desplazamientos que no fuesen ligados exclusivamente al ámbito laboral, fue por largo tiempo reservado a clases dominantes que desarrollan un turismo limitado de alcance, tanto en distancia del desplazamiento, como en volumen de personas que podían practicar la actividad turística. Los primeros desplazamientos tenían como destino los primeros balnearios los cuales fueron impulsados por nobles y rentistas, a su vez las clases elitistas practicaban el “Grand Tour”, es decir un viaje largo y obligado con el fin de conocer otras culturas, monumentos europeos y el Mediterráneo en general (Hiernaux, 1996).

Durante el siglo XIX, el acceso al tiempo libre remunerado o con rentas disponibles implica la expansión de las actividades turísticas a industriales, comerciantes y profesores liberales, con lo cual, la actividad turística ya no solo era exclusiva de clases dominantes, sino también la practicaban personas de estatus social medio-alto. Un gran logro social fue que a finales de este siglo, aparecieron las vacaciones pagadas, que permitió que todas las personas tuvieran derecho al ocio turístico, aunque todavía no se articulaban los mecanismos de comercialización y gestión de los flujos a gran escala ya que los trabajadores no

poseían los medios económicos para que se comenzara a desarrollar un turismo de masas (Vera, 1997).

Es a partir del siglo XX, después de la segunda guerra mundial cuando se intensificó el turismo y dio lugar al turismo de masas, resultado de una reconstrucción y crecimiento de la economía que generó enormes progresos en la productividad, que trajo consigo un aumento de salarios, disminución de los costes de los productos ordinarios (mejora del nivel de vida) y una disminución del tiempo laboral, o aumento del tiempo libre. Este último hecho se reflejó en un aumento del esparcimiento traducido en vacaciones, que permitió el aumento de desplazamientos (principalmente buscando sol y playa) y de la disminución de los costos

El turismo de masas, ha colocado a la producción turística como uno de los negocios más importantes y sostenidos de los últimos treinta años que en cierta manera ha diseñado una geografía turística que ha dividido al mundo en dos estructuras, espacios emisores y espacios receptores. Los primeros refieren a aquellos países industrializados que tienen un mayor nivel de renta y una moneda fuerte en su tipo de cambio y que ven al ocio o al esparcimiento como una necesidad. Por otro lado los espacios receptores, son aquellos que reciben a los turistas, y se caracterizan por tener condiciones climáticas únicas. Un ejemplo de estos espacios son los conocidos “tres mediterráneos”: el Mediterráneo propiamente dicho, el Caribe y el Sudeste Asiático (Vera, 1997).

La producción turística masiva conduce a una industrialización de los servicios turísticos, a formar parte del aparato productivo convencional y a la llegada de capitales de otros sectores económicos a un negocio con expectativas: el del ocio. Este interés por la economía del ocio y el tiempo libre, que surge de la presión de una demanda postindustrial, ha originado una profusión de destinos turísticos que tienen que competir entre sí para, atraer flujos turísticos de los espacios emisores (Marchena, Fourneau y Granados, 1993). Es decir el turismo de masas ha aumentado y se ha diversificado de tal forma que se han creado nuevos espacios turísticos que no necesariamente deben basar su actividad turística en el típico

modelo de sol y playa. Entre estos espacios encontramos lugares que utilizan su historia y su cultura como atractivos turísticos (Egipto, China, y países escandinavos) o lugares que cuentan con un paisaje natural adecuado para llevar a cabo turismo de deporte, de aventura o turismo alternativo. (Alpes de Europa central, Nueva Zelanda, Brasil, Costa Rica etc.) (Lozato, 1990). En el caso particular de Ixtapan de la Sal y volviendo a nuestro caso de estudio se han aprovechado los borbollones naturales de agua termal para que se practique el turismo de salud y posteriormente el turismo de esparcimiento (o de diversión), gracias a la construcción del parque acuático "Ixtapan", principal atractivo del municipio.

2.2 Turismo: Modelos y fases.

Como se dijo anteriormente se ha dado una complejización de los destinos turísticos con la incorporación de nuevos destinos, relacionado con demandas quizá más sofisticadas por parte de los turistas. En ese sentido Fernando Vera afirma que las características y dimensiones de todo espacio turístico varían tanto en consecuencia de la demanda, como de la oferta, y en su dotación en servicios e infraestructura. Parece razonable pensar, de esta forma que la formación y preparación de la población local de dichos espacios es fundamental para poder responder a las peticiones ejercidas por los turistas. Hiernaux (1996), en ese sentido menciona que el turista es el actor dominante en un espacio turístico receptor, pues a través de sus exigencias respecto al consumo es el que determina la calidad de los bienes y servicios que consume y también es el actor que al ejercer sus derechos turísticos va transformando de manera rápida a las sociedades locales llevándolas a adoptar patrones de comportamiento diferentes. En otras palabras el turista moldea la forma de organización tanto del espacio como de la población local, creando, transformando e incluso valorizando diferencialmente espacios que podían no tener valor. Esta transformación se ve reflejada en las sociedades locales (Hiernaux, 1996)

En términos parecidos, Milton Santos (1990) afirma que toda actividad productiva (en este caso turística) implica una acción en la superficie terrestre, una creación

de nuevas formas, de modo que producir, es producir espacio. Ante esa premisa, podemos afirmar que un espacio turístico receptor, es un espacio producido socialmente, definido como “conjunto de formas (espaciales) representativas de relaciones sociales, pasadas y presentes, integradas en una estructura social” (Santos, 1990: 144). Todo espacio de esta manera, debido a las diferentes actividades (económicas) está sujeto a sufrir evoluciones en el tiempo, como resultado de actividades e interacciones sociales.

Sin embargo, no todos los espacios turísticos han tenido la misma evolución, y por tanto, no todos han respondido de igual forma a las demandas de esparcimiento y ocio de la población foránea.

Butler (1980) propone un modelo evolutivo principalmente de centros turísticos con litoral que se basa en pautas de comportamiento de la demanda y en la capacidad de carga de los centros turísticos, (Butler, 1980 citado por Gibson, 2008). En dicho modelo se prevé una relación positiva entre el número de visitantes y el desarrollo turístico, y se plantea que existe una jerarquía de los centros turísticos, que se define en función del nivel de desarrollo, tipo de alojamiento, grado de participación del empresario local y foráneo y del estatus de los visitantes. (Vera, 1997, citado por Álvarez, 1981)

El modelo evolutivo de este autor se divide en seis fases o etapas:

- Descubrimiento
- Inicio
- Desarrollo
- Consolidación
- Estancamiento
- Pos estancamiento

Las primeras tres fases de este modelo corresponden al inicio y desarrollo del centro turístico, mientras tanto la fase de estancamiento se refiere a su saturación ya que no evolucionan positivamente ni el número de turistas ni la oferta de

alojamiento, pudiendo conducir al colapso total o parcial o, en su caso al rejuvenecimiento del centro turístico (Álvarez, 1981).

Este modelo presenta dos debilidades: las dificultades de aplicación práctica y las controversias de carácter teórico-conceptual. Desde el punto de vista de su aplicación, puede citarse la falta de datos del número de turistas o la dificultad de designar las distintas fases del ciclo de vida. Desde la óptica teórico-conceptual, el modelo atribuye a cambios en las fases de ciclo de vida y un supuesto declive, principalmente a un número limitado de factores internos, sin considerar significativos factores externos como por ejemplo, las crisis políticas y económicas (Soares, Gandara, e Ivars, et al 2014). *Ante esa problemática, Butler hace una aportación reciente a su modelo, dicha aportación considera que los destinos se ven afectados por factores externos (actitudes, tecnología, política y economía) que muchas veces son los que generan el dinamismo, como también por factores internos (hábitos, gustos, preferencias e inversiones) que provocan la "inercia". Son los agentes del destino lo que provocan los efectos locales (renovación, rejuvenecimiento, diversificación de la oferta, singularización, etc.) mientras que los agentes externos (entorno político, económico, mediático, o fenómenos como el cambio climático, configuran el marco global en el que operan los destinos (Butler, 2011).*

Hovinen (1982), propuso la sustitución de las fases de consolidación y estancamiento por la de madurez. Esta fase comienza cuando cesa el periodo de rápido crecimiento de visitantes y se produce un cambio brusco al estancamiento. El estado de madurez puede llegar a convertirse en permanente, es decir, no tiene que concluir irremediamente al declive o al rejuvenecimiento. De hecho la persistencia del destino en el estado de madurez exigiría estrategias encaminadas a lograr la fidelización de los clientes.

Chadefaud (1987) Este modelo pretende ser universal, es decir que, puede ser aplicable a distintas escalas de espacios turísticos (país, estado, región, y/o municipio). Este modelo es un intento sistemático de explicar el turismo de masas en función de sus vínculos existentes entre la representación mental por parte de

la demanda, con la ideología social y también, con los sectores productivos (industria del turismo y los destinos). En este sentido solo se otorga una relevancia secundaria al espacio, considerándolo más como un punto de apoyo que como agente participativo en las dinámicas del desarrollo turístico. Para la confección de este modelo Chadeffaud adopta como punto de partida la concepción evolutiva prestada por la teoría clásica de los ciclos económicos y una consideración del espacio como producto social (Clavé y Reverté, 2008). Se trata de una visión sistemática en la que el espacio turístico, como cualquier otro producto pasa por tres momentos:

- Creación: Esta fase se caracteriza por ser el periodo inicial en la evolución de los espacios. Se caracteriza por la localización espacial de los primeros elementos que relacionan las expectativas de la demanda y los componentes de la oferta, es decir que a partir de la demanda el espacio tiene que ser equipado con infraestructura para satisfacer dicha demanda
- Madurez: Esta fase está caracterizada por la expansión y complejización del producto. Implican la acumulación de inversiones que desarrollaran la oferta de alojamiento, transporte y actividades recreativas. En esta fase pueden presentarse periodos de crisis
- Obsolescencia: Los problemas diversos que afectan el producto, (aparición de nuevas expectativas, cambios en la demanda, alteraciones de la concurrencia) provocan una progresiva inadecuación entre la oferta y la demanda que tiene como consecuencia el declive de la demanda. (Clavé y Reverté, 2008)
- Chadeffaud también menciona que puede haber una cuarta fase en el proceso evolutivo de un espacio turístico, llamada mutación o reconversión, que se puede caracterizar por la aparición de un nuevo producto turístico que dota de un nuevo significado al espacio turístico aunque puede mantener algunos componentes simbólicos y míticos de su contenido inmaterial precedente (Vera, 1997).

Por último en 1997, Miossec aborda la evolución del espacio turístico a partir de su interés en plantear un modelo hipotético-deductivo donde explica la configuración de los espacios recreativos y turísticos en las periferias de los principales centros de producción. (Álvarez, 1981). Este modelo es un intento por explicar el funcionamiento del espacio turístico y está tomado a partir parcialmente del modelo neopositivista del geógrafo alemán del siglo XIX Von Thunen, que explicaba cómo se distribuían teóricamente en forma de anillos concéntricos los usos y valor del suelo agrícola según la mayor o menor distancia que los separaba de un núcleo de población determinado. Miossec reanuda este razonamiento para hablar del espacio turístico que también se articularía originalmente sobre la base de un sistema concéntrico y representa las relaciones económico-espaciales de un foco emisor central y un foco receptor periférico. Este modelo está hecho principalmente para explicar la evolución “destinos de nueva creación” con relación a los primigenios de los litorales mediterráneos.

En la extrapolación del modelo de Von Thunen sobre el espacio turístico que realiza Miossec se presupone que los espacios centrales tendrían una función emisora de turistas en busca de otros ámbitos distintos a los suyos. Por razones de distancia al centro, la primera periferia tiene un coste del suelo y de los servicios más caros y permite estancias breves y repetitivas con lo que resulta un espacio turístico denso y con un tipo de turismo predominante de rentas bajas. La segunda periferia alejada del centro tiene un precio de suelo mucho menor y requiere un viaje más largo, lo cual prolonga a su vez las estancias y facilita el predominio de un turismo de rentas altas que puede permitirse el coste del viaje a una estancia más larga. (Clavé y Reverté, 2008)

Miossec asume que las diferentes fases de evolución conducen hacia una progresiva jerarquización y densificación del espacio turístico. Para explicar este fenómeno, Miossec tiene en cuenta cuatro elementos básicos de todo espacio turístico: los núcleos turísticos, el sistema de transporte y la actitud de las autoridades y de la población receptora ante el turismo. Según esta propuesta a medida que la periferia turística se desarrolla y la organización del territorio

turístico se vuelve más compleja con centros más o menos especializados y de mayor jerarquía, se densifica la red de comunicaciones y cambia la percepción y la densidad de frecuentación de los turistas, así como la respuesta de la población receptora. En este sentido, se distinguen cinco fases de van de menor a mayor impacto del turismo sobre la calidad del entorno y la experiencia turística (Clavé y Reverté, 2008). Estas fases o etapas son las siguientes:

- Fase 0 o pre turística: Corresponde a una nula actividad turística
- Fase 1 o pionera o de descubrimiento: Se manifiesta con la aparición de una primera estación turística con mínima capacidad para organizar el territorio y que es observada con indiferencia y curiosidad por la población y de manera general por los turistas.
- Fase 2 o de desarrollo: Incluye el desarrollo de más núcleos turísticos después de constatar su viabilidad por los gestores locales y crece el número de turistas, los cuales empiezan a reconocer las particularidades de los lugares significativos y a hacer turismo itinerante.
- Fase 3 o de organización. Durante esta fase cada núcleo empieza a organizar su entorno. Se perfila una primera especialización turística y una segregación de cliente, y se observa el inicio de la competencia por los recursos entre núcleos diferentes. El turismo divide al espacio entre lugares y por ende aparece el fenómeno de la segregación social, donde la función turística es fuerte y el resto, donde tiene escasa repercusión, y ejerce un fuerte efecto demostración, especialmente entre los jóvenes.
- Fase 4 o de saturación. En esta etapa, se tiende hacia la saturación, se consolida un sistema jerárquico de estaciones turísticas, aumenta la conectividad de sistemas de comunicaciones y la construcción de infraestructuras y equipamientos turísticos acaba por transformar un paisaje anteriormente considerado natural. El turismo se extiende por todo el territorio, hecho que incide negativamente en la percepción que de él tienen algunos turistas, que ven muy transformado el antiguo espacio y ya no vuelven; paralelamente se empieza a plantear la salvaguardia de determinadas partes del territorio o la aparición de nuevas formas de

turismo menos agresivas territorialmente hablando. En pocas palabras la fase de saturación, se caracteriza por la pérdida de la identidad del lugar, abandono de los turistas y un declive generalizado. (Clavé y Reverté, et al 2008).

- Fase 5 o de reestructuración que refiere al mantenimiento del dinamismo del territorio y a su transformación así como a la recuperación medioambiental y salvación del centro turístico

En conclusión, el modelo evolutivo de Miossec plantea que, a medida que va creciendo la periferia turística, se desarrolla un sistema jerárquico de destinos vacacionales y redes de transporte, mientras que los turistas y los residentes van adoptando otra conducta. Sin embargo algunas críticas que se le realizan a este modelo es que no profundiza en aspectos como el contexto de desarrollo, el papel de los agentes económicos y sociales (locales y foráneos), en la participación diferenciada de la población local en el propio mantenimiento de los servicios turísticos o factores que influyen en la conformación de una determinada jerarquía de centros turísticos. (Álvarez, 1981)

Los tres modelos evolutivos de Butler, Chadeffud y Miossec coinciden que los espacios turísticos se crean y desarrollan a partir de la interacción entre la demanda y la oferta que da como resultado el desarrollo de infraestructura y servicios que a su vez hacen que el producto turístico se expanda. A si mismo los tres plantean que todo espacio turístico experimenta una etapa de saturación que se manifiesta con el declive de la demanda. Sin embargo en los tres modelos se menciona una fase en la cual el producto turístico supera dicha crisis a partir de la renovación del producto turístico. Cabe resaltar que la evolución del espacio turístico, está condicionada por componentes territoriales, económicos y sociales, a su vez por el contexto económico, político y social de la región donde se localiza dicho espacio y por ultimo por las tendencias económicas generales (globales) que afectan directamente la demanda y la oferta. Por otro lado hay aspectos en los que los modelos no coinciden por ejemplo Miossec, en una de sus fases menciona que la actividad turística moldea el espacio de tal forma que hace una

división del espacio dando como resultado segregación social. Esta antinomia de los tres modelos es muy importante para este trabajo terminal, pues lo que se busca es analizar la construcción de un espacio turístico tomando en cuenta aspectos de los tres modelos.

2.3 Modelos explicativos de relaciones entre empresas

En resumidas cuentas, el turismo es consecuencia de un fenómeno social en la que están implícitas una serie de relaciones tanto externas (visitante-población local) como internas (entre actores locales). Este último tipo de relación es muy importante dentro de toda actividad económica y por ende dentro de la actividad turística, pues es a través de este tipo de relaciones que todos los actores llegan a complementar sus servicios. Existen distintos modelos explicativos de relaciones entre empresas, estos modelos permiten entender el tipo y la dimensión de su relación. Dichos modelos son los siguientes:

Uzzi (1997) plantea que existen dos maneras en las que se pueden dar relaciones entre empresas: La primera forma, son las relaciones comerciales o de mercado, o también llamadas relaciones débiles y la segunda son las relaciones sociales basadas en la confianza entre empresas o también llamadas relaciones o vínculos fuertes.

Astley y Fombrun (1983) mencionan en su modelo explicativo que las relaciones entre empresas se dan a partir de estrategias colectivas, definidas como una forma de comportamiento voluntarista de un grupo de empresas, según los autores, las relaciones que llega haber entre empresas sobre todo pequeñas, se dan de forma emergente. Las relaciones derivadas de la estrategia colectiva se entienden a partir de dos dimensiones, la primera dimensión, hace referencia al tipo de relación, mismo que se clasifican en dos:

1. Relaciones comensalistas: Relaciones que se dan entre empresas de un mismo sector o subsector

2. Relaciones simbióticas: Relación que se da entre empresas de distinto sector o subsector

La segunda dimensión, tiene que ver con el grado o la fuerza de relación existente entre las empresas, estas relaciones a su vez se dividen en directas o indirectas

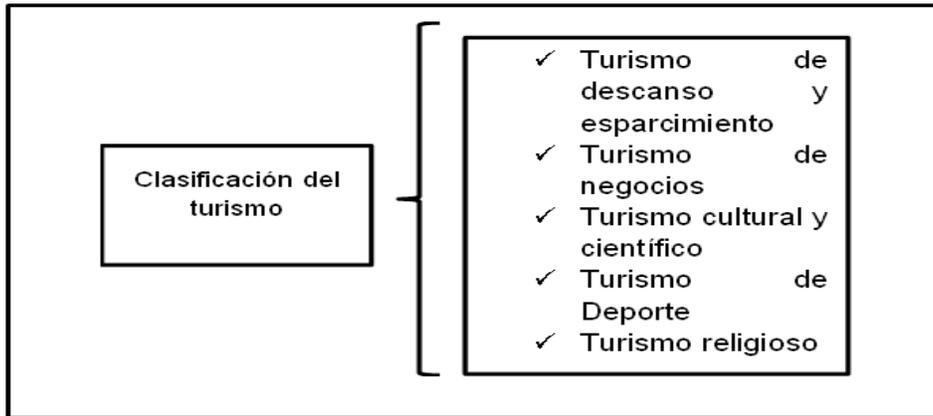
Por último Galán, Casanueva, Castro-Abancéns (2010), combinan las ideas principales de los dos modelos anteriores para hacer el suyo en el cual plantean una tipología de subrelaciones o subredes entre empresas, las cuales son las siguientes.

1. Relaciones aglomeradas: Relaciones que se dan entre empresas u organizaciones de un mismo sector o subsector con vínculos débiles o indirectos
2. Relaciones confederadas: Relaciones entre empresas de un mismo sector o subsector con vínculos fuertes y directos, este tipo de relaciones se caracteriza por la alianza y cooperación entre empresas
3. Relaciones conjugadas: Relaciones entre empresas de distinto sector o subsector, pero con vínculos fuertes y directos
4. Relaciones orgánicas: relaciones entre empresas de distinto sector o subsector con vínculos débiles e indirectos. (Becattini, 1979 citado por Galán, Casanueva, Castro-Abancéns, 2010).

2.4 Clasificación del turismo: el turismo de salud y turismo tradicional

La creación de nuevos destinos turísticos especializados, producto de la masificación del turismo, y los motivos por los que una persona viaja son dos aspectos que le han dado una clasificación al turismo. Los principales tipos de turismo, son los siguientes: (Véase Cuadro 4)

Cuadro 4. Clasificación del turismo por área de interés



Fuente: (Ramírez, 2002)

Como se puede observar en el cuadro anterior, el turismo de descanso y esparcimiento o mejor conocido como el turismo tradicional aparece como un tipo de turismo, sin embargo la Secretaria de Turismo, hace una clasificación más afinada del turismo tradicional, basada no solo en los motivos que se persiguen al hacer turismo, sino también en la orientación de los lugares en los que se puede practicar otros tipos de turismo. Cabe resaltar que en esta nueva clasificación aparece el turismo de salud, puesto que es un tipo de turismo muy importante para México así como para nuestro lugar de estudio (Véase cuadro 5)

Cuadro 5. Clasificación del turismo en cuanto a su orientación



Fuente: Secretaría de Turismo de México, 2004

A pesar de la gran cantidad de tipologías de turismo que existen, en este trabajo solo nos centraremos en el turismo de salud y descanso basado en el termalismo y en el turismo de diversión y esparcimiento que son los dos tipos de turismo dominantes en nuestro lugar de estudio, Ixtapan de la Sal, Estado de México.

El turismo de salud, es un concepto de turismo que es considerado por muchos como nuevo, aunque a lo largo de la historia tenemos una infinidad de referencias en todas las culturas, que demuestran que el hombre en ocasiones viajó en busca de salud, con la esperanza de un remedio a sus patologías. En ese sentido podemos afirmar que el turismo de salud son el conjunto de actividades que realiza una persona al desplazarse de su localidad a otra por más de un día y menos de un año implicando el tener que hospedarse por lo menos una noche, teniendo como motivo principal o alternativo el recibir algún servicio de salud o bienestar (Asociación Mexicana de Turismo de Salud A.C, 2011). El turismo de salud se divide en tres grandes grupos que son: **Turismo médico, Turismo de bienestar y Turismo de medicina alternativa y complementaria (MAC).**

El primer tipo de turismo es el turismo médico consiste en la realización de un viaje fuera del lugar de residencia, con la finalidad de recibir atención médica como cirugías, procesos odontológicos, tratamientos y rehabilitación. El segundo tipo de turismo se le conoce como turismo de bienestar, consiste en viajar de un

lugar a otro en busca de servicios como el spa, *golf fitness*, o lugares donde se puedan llevar a cabo actividades físicas. Por último el tercer tipo de turismo de salud, consiste en el termalismo o turismo de balneario², es decir visitar lugares que cuenten con centros medicinales donde el agua termal ayude al alivio de enfermedades terapéuticas. (Véase Cuadro 6)

Cuadro 6. Clasificación del turismo de salud.



Fuente: Asociación Mexicana de Turismo de Salud A.C.

Cabe resaltar que este tipo de turismo de salud, basado en el termalismo o turismo de balneario es el que se practicó en un principio en nuestro lugar de estudio y que a raíz de una serie de sucesos (que se explicaran en el siguiente capítulo, el cual habla de las etapas de la actividad turística en Ixtapan de la Sal) pasó a segundo plano, pues se comenzó a practicar el turismo de descanso y esparcimiento o mejor conocido como el turismo tradicional: este tipo de turismo es el que practica la persona que desea vacacionar, descubrir bondades y costumbres de otras regiones distintas a las del sitio donde reside. En esta clase

² Balneario: Es un lugar dedicado a la curación a través de la utilización de las aguas, sobre todo termales o minerales, con un edificio para el hospedaje.

de turismo, el hombre realiza su deseo de cambiar de ambiente, es el caso del canadiense que cambia la nieve por la arena y el sol del caribe, o el habitante ciudadano que busca descanso y la paz bucólica (Ramírez, 2001).

2.5 El turismo en México

El turismo ha sido fundamental para las estrategias de desarrollo de México y ha sido colaborador importante en los cambios institucionales, culturales y económicos. En la posguerra, periodo en el que México hizo frente al rápido crecimiento del turismo internacional, desarrolló complejos capaces de servir a un gran número de turistas que consumían productos y experiencias estandarizados. Para guiar el desarrollo del turismo como régimen de acumulación, el gobierno mexicano creó agencias de turismo especializadas dedicadas a la construcción turística de gestión centralizada enclaves. En las últimas dos décadas, los cambios en el turismo internacional, han obligado a México a redefinir su enfoque de desarrollo turístico. A mediados de la década de los setenta y principios de la década de los ochenta, la caída de flujos turísticos a los centros (turísticos) tradicionales señaló un cambio en las preferencias, lejos de la normalización y hacia una variedad de productos y experiencias (Hiernaux, 2003).

2.5.1 Nacimiento del turismo en México (1920-1945)

Los primeros avances que se dieron para el desarrollo y consolidación del turismo en México, fue la mejora de carreteras, transporte y de la red ferroviaria, mismas que quedaron dañadas debido a la guerra de revolución. Atender esta situación, fue una de las prioridades del entonces presidente Lázaro Cárdenas (1934-1940). La infraestructura desarrollada en esos años fue algo fundamental, para el posterior desarrollo del turismo de la posguerra (Hiernaux, 2003). Esta etapa del turismo en México, se caracteriza por la aparición de instituciones que se encargarían de la regulación, el fomento y el desarrollo del turismo, algunas de estas intuiciones son: Turismo Crédito, Consejo Nacional de Turismo y la Asociación de Turismo de México. A su vez durante esta etapa se promulgó la ley de migración, esta ley permitiría que personas extranjeras pudieran visitar y

permanecer en el país por un periodo no mayor a seis meses sin la intención de trabajar o residir, y si con la finalidad de distracción. En este periodo, México ya contaba con varios destinos turísticos: Ciudad de México, destinos internos como Oaxaca y Guanajuato, destinos de playa como Acapulco y Veracruz y destinos fronterizos como Tijuana. Durante este periodo se vivía la segunda guerra mundial, y más allá de perjudicar a México, lo beneficio a través del turismo pues en 1939 hubo cerca de 139,000 visitantes en México, los cuales provenían de Estados Unidos y para 1945 esta cifra aumento a 166,000. En ese periodo el gobierno mexicano promovió activamente el turismo dado que aceptó las monedas extranjeras como forma de pago, aunado a que el gobierno mexicano, abrió oficinas de promoción turística en Nueva York, San Antonio, Los Ángeles y Tucson. Sin embargo la infraestructura que se tenía para atender a los visitantes era deficiente pues solo se contaba con 636 hoteles con un total de 3,500 habitaciones para albergar a las personas que nos visitaban. Para resolver este problema era necesario la presencia de inversiones por parte de otros organismos, que llegaron después de la guerra, este hecho marco el inicio de la era moderna del turismo en México (Jiménez, 1993)

2.5.2 Etapa de desarrollo (1945-1958)

Se le considera al ex presidente Miguel Alemán, el gran impulsor del turismo, pues durante su régimen (1946-1952) la industria turística ocupa un lugar privilegiado en la planeación del desarrollo social y económico del país, el gobierno le concede suma atención y surgen los grandes centros turísticos como Acapulco, Manzanillo, Mazatlán, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas, Isla de Cozumel, Isla Mujeres, Veracruz, Mérida y Guadalajara. En materia de servicios se construyen los grandes hoteles, se multiplican las agencias de viajes, aparecen los transportes turísticos y los guías especializados (estos servicios son en su mayoría iniciativa del sector privado) sin embargo el 25 de noviembre de 1947, se promulga la ley que crea la Comisión Nacional del Turismo constituida por el Consejo Nacional y por el Comité Ejecutivo, esta ley promueve que el estado sea el regulador de empresas privadas que se dedican al préstamo de servicios turísticos. A partir de

lo anterior el número de visitantes en México fue aumentando progresivamente pues en 1949 se registraron cerca de 306 mil visitantes, los cuales aumentaron a 384 mil en 1950, a 325 mil en 1951 y a 443 mil en 1952. Posteriormente, durante el gobierno de Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958) se crea el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo, cuya finalidad es estudiar y desarrollar nuestros centros turísticos, estimular la afluencia turística nacional y extranjera, así como al fomento y desarrollo de las divisas o actividades turísticas auxiliándolas en sus necesidades económicas. (Jiménez, 1993)

2.5.3 Etapa de tecnificación (1959-Actualidad)

Durante esta etapa inició sus trabajos el Departamento Autónomo de Turismo, que tendía a mejorar la promoción de una actividad que siendo culturalmente beneficiosa a la república redundaba en un incremento económico de consideración. Este organismo no solo tenía como objetivo reglamentar una actividad más, sino hacer del turismo un renglón de indudable interés público. Siguiendo esta lógica en 1961 el Departamento Autónomo de Turismo elaboró el Plan Nacional de Desarrollo Turístico, con la finalidad de coordinar los esfuerzos realizados en el desarrollo del turismo con el objetivo de hacerlos más eficientes y productivos. Dicho plan fue elaborado y publicado en el mes de septiembre de 1962 y su objetivo es precisamente coadyuvar y hacer más eficaz esa política puesta en práctica por el poder ejecutivo. Posteriormente el 8 de diciembre de 1962, se crea el Consejo Nacional de Turismo, cuya función es ser un organismo técnico y especializado, tanto en materia de asesoría como en materia de planeación y promoción de la actividad turística.

En el régimen del licenciado Luis Echeverría Álvarez, el turismo cobra una gran relevancia en el desarrollo económico y social del país, pues el 28 de enero de 1974, se publica en el Diario Oficial de la Federación, la nueva ley Federal de Fomento al Turismo, con el objetivo de incorporar al desarrollo núcleos de población marginados, abatir desequilibrios regionales y aumentar el número de visitantes y el tiempo de su estancia en el país; asimismo establece principios de coordinación y programación entre las dependencias del gobierno federal que

participan en la promoción y el fomento de las actividades turísticas, así como el de promover el intercambio cultural de la población, y coadyuvar a la integración de los habitantes del país, concediendo especial atención al desarrollo del turismo popular. (Jiménez, 1993)

El crecimiento de la actividad turística requiere un financiamiento que apoye la realización de los planes y proyectos correspondientes, por tal motivo la Ley ordena la creación de un fideicomiso denominado Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), cuyo objetivo principal será el de asesorar y financiar los programas turísticos, en este nuevo organismo se fusionan el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo y el Fondo de Promoción de Infraestructura Turística en una sola entidad jurídica (Hiernaux, 2003) . Posteriormente en 1974 se crea la Secretaría de Turismo, organismo que será encargado de formular la programación de la actividad turística nacional así como organizar, coordinar, vigilar y fomentar su desarrollo, protegiendo los medios que proporcionan los servicios al turista y a las demás funciones a las que se refiere la ley federal del fomento al turismo. Con la creación y ayuda de este organismo, nuevos centros turísticos comenzaron a crearse, otros a desarrollarse y otros centros turísticos lograron su consolidación (tal es el caso de Ixtapan de la Sal, pues como se verá más adelante, este centro tuvo sus inicios a finales del siglo XIX y principios del XX, sin embargo se consolidó como centro turístico hasta los años ochenta del siglo pasado). A estos nuevos espacios la Secretaría de Turismo les da el nombre de ciudades turísticas las cuales están clasificadas en ciudades grandes, de interior y fronteras (Véase Cuadro 7)

Cuadro 7. Clasificación de ciudades turísticas.

<i>Ciudades Turísticas</i>		
<i>Clasificación</i>	<i>Nombre</i>	<i>Total</i>
<i>Grandes</i>	Distrito Federal Guadalajara, Jal. Monterrey, N. L.	3
<i>Del interior</i>	Aguascalientes, Ags. Campeche, Camp. Cocoyoc-Teques.-Oaxtepec, Mor. Culiacán, Sin. Chihuahua Durango Guanajuato Hermosillo, Son. Ixtapan de la Sal, Méx. León, Gto. Mérida, Yuc. Morelia, Mich. Oaxaca Pachuca, Hgo. Palenque, Chis. Pátzcuaro, Mich. Puebla Querétaro Saltillo, Coah. San Cristóbal de las Casas, Chis. San Juan de los Lagos, Jal. San Luis Potosí San Miguel de Allende, Gto. Taxco, Gro. Tepic, Nay. Tequisquilapan, Qro. Tlaxcala Toluca, Méx. Torreón, Coah. Tuxtla Gutiérrez, Chis. Valle de Bravo, Méx. Villahermosa, Tab. Xalapa, Ver. Zacatecas	38
<i>Fronterizas</i>	Ciudad Juárez, Chih. Matamoros, Tamps. Mexicali, B. C. Nogales, Son. Nuevo Laredo, Tamps. Piedras Negras, Coah. Reynosa, Tamps. Tecate, B. C.	9

Fuente: Secretaria de Turismo.

La labor realizada por el gobierno del licenciado José López Portillo (1976-1982), es importante, sobre todo al expedirse el nuevo Plan Nacional de Turismo, el 4 de febrero de 1980. Dicho plan se sustenta en un concepto que define a la actividad turística como estratégica para el desarrollo socioeconómico nacional por su dinamismo, por su capacidad para promover diversos sectores de la economía, con beneficios que proyectan a todas las clases sociales y por utilizar recursos renovables ilimitados, a su vez este plan ve al turismo como generador de

empleos y como una actividad que atrae inversiones, es una actividad de primera magnitud para la captación de divisas y puede constituirse en apoyo dinámico para un desarrollo social y regional más equilibrado. Durante el gobierno del licenciado Miguel de la Madrid (1982-1988) se publica y modifica, la Ley Federal del Turismo, con el cual los nuevos objetivos serían la programación de la actividad turística, promoción, fomento y desarrollo del turismo, creación, conservación y mejoramiento, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, además de la protección y auxilio a turistas y la regulación, clasificación y control de los servicios turísticos. En el periodo de Carlos Salinas de Gortari (1989-1994), las herramientas básicas de la política turística, continuaron siendo la promoción y publicidad de recursos naturales y de instalaciones tanto a escala nacional como internacional, así como la modernización y desarrollo de infraestructura creando la oferta de nuevos centros turísticos (Jiménez, 1993) . Entre 1999 y 2000, el turismo registro ingresos superiores a los 73 mil millones de dólares, debido a que recibió a más de 204 millones de turistas. Así mismo, el entre 1993 y 2000 el Producto Interno Bruto (PIB), del turismo, represento en promedio el 8.3 % del PIB nacional (Sectur, 2002). En 2001, durante el gobierno de Vicente Fox, la Secretaria de Turismo, crea el programa de “Pueblos Mágicos”, este programa, reconoce a quienes habitan ciertas ciudades y el trabajo que han desarrollado para proteger y guardar su riqueza cultural. Este programa tiene los siguientes objetivos:

- Estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, y cuyos singulares sitios tienen grandes atributos histórico-culturales.
- Generar y promocionar las artesanías, festividades, tradiciones y gastronomía del lugar.
- Generar productos turísticos como la aventura, deporte extremo, ecoturismo, pesca deportiva.
- Revalorar, consolidar y reforzar los atractivos turísticos de este conjunto de poblaciones del país, las cuales representan alternativas frescas y diferentes para atender a la naciente demanda de visitantes nacionales y extranjeros.

Como se puede observar, la creación de leyes, programas e instituciones turísticas han impulsado esta actividad contribuyendo al “crecimiento económico” del país. Como ejemplo pues en el año 2002, la llegada de visitantes internacionales dejó una captación de divisas de 6,700 millones de dólares, los cuales aumentaron a 8,400 millones en 2004 y a 9,100 millones en 2005 (Sectur, 2002). Este crecimiento que ha tenido el turismo en nuestro país, no solo se ve reflejado en el crecimiento económico que ha tenido México, sino también el gran número de centros turísticos que hoy en día existen en nuestro país, ya que existen cerca de 450 playas certificadas, y 111 ciudades que forman parte del mencionado programa pueblo mágico (incluido nuestro lugar de estudio Ixtapan de la Sal, desde 2015). Lo anterior confirma la gran diversidad de centros turísticos que hay en México en los que se puede llevar a cabo cualquier tipo de turismo, y a su vez esto confirma dos aspectos subrayables. El primero es que como se vio a lo largo del capítulo, es el surgimiento de espacios turísticos distintos a los centros de sol y playa derivados de la masificación del turismo. El segundo punto resaltable es la importancia del turismo que quizá es la actividad económica más importante para el país. De hecho en 2015 México ocupó el noveno lugar a nivel mundial, dentro de la lista de países más visitados con un registro de 31.1 millones de visitantes. (Organización Mundial del Turismo, 2016)

Conclusiones.

El turismo es una actividad muy importante no solo para México, si no para la mayoría de los países del mundo, ya que pueden construir una herramienta para el desarrollo económico y social. En sus inicios (s. XIX) el turismo era una actividad privilegiada pues solo era practicada por personas de clase alta que tenían los recursos para viajar por placer a su vez que el hacerlo les daba estatus. A mediados del s. XX pasó de ser una actividad privilegiada, a ser una actividad a la que todo mundo puede acceder, convirtiéndola en una actividad de masas, gracias a factores como la reestructuración económica, nuevas formas de producción, mejoramiento salarial etc. Esta masificación, ha permitido darle un giro a la actividad turística pues hoy en día el turismo no solo se practica en lugares donde hay litoral y sol, sino que han surgido muchos centros que utilizan sus particularidades como su historia, su cultura y sus propias características naturales como atractivos turísticos. Sin embargo estas particularidades no son suficientes, como se ha visto en los diferentes modelos que se han expuesto en este capítulo, sino que los lugares se deben de dotar de servicios, infraestructura, transporte etc. para poder desarrollar actividad turística. Esta dotación de elementos turísticos son el resultado de la demanda y consumo de los turistas, es decir los turistas juegan un papel fundamental en este proceso a través de su demanda y consumo. De esta forma en cierta manera se moldea la estructura espacial, la organización social y económica de la población, dándole así una identidad a los lugares. Es así que se puede afirmar que la actividad turística es el resultado de interacciones sociales que se ven reflejadas en el espacio. No obstante este proceso de construcción y evolución de espacios turísticos no se da de forma repentina sino que pasa por un proceso tal y como lo mencionan los autores de los ciclos de vida de los centros turísticos que ya se han citado en este trabajo. Dicho proceso, está dividido en una serie de etapas, o fases a las cuales se hicieron referencia en páginas anteriores. En el capítulo siguiente retomando las ideas de las etapas o fases, nos centraremos en describir las etapas de vida de la actividad turística en Ixtapan de Sal, mismas que se ven plasmadas en la estructura espacial de la cabecera municipal.

Capítulo III.

Historia del Turismo en Ixtapan de la Sal

Este capítulo abordará la explicación sobre la evolución espacial del municipio de Ixtapan de la Sal a partir del turismo. El objetivo del mismo, es comprender la forma en que el origen del turismo y sus diferentes evoluciones, han marcado el espacio de Ixtapan de la Sal. La historia del turismo en Ixtapan de la Sal, para este trabajo se ha dividido en 3 etapas, cabe resaltar que las mismas han sido identificadas a criterio propio, conforme a los cambios que el turismo ha provocado sobre el municipio anteriormente mencionado. A su vez cada una de las etapas serán analizadas en función de las fases que se mencionan en cada uno de los modelos evolutivos de centros turísticos planteados en el apartado anterior

La primera etapa abarca el periodo de 1850 a 1941 y está caracterizada por la construcción del primer parque acuático público en el municipio mismo que da paso al surgimiento de los primeros establecimientos de hospedaje (los mesones), esto como resultado de una leve actividad turística basado en el turismo de salud.

La segunda etapa abarca de 1945 al 1977, y está caracterizada por el crecimiento urbano y demográfico de la cabecera municipal, los cuales son el resultado de la actividad turística

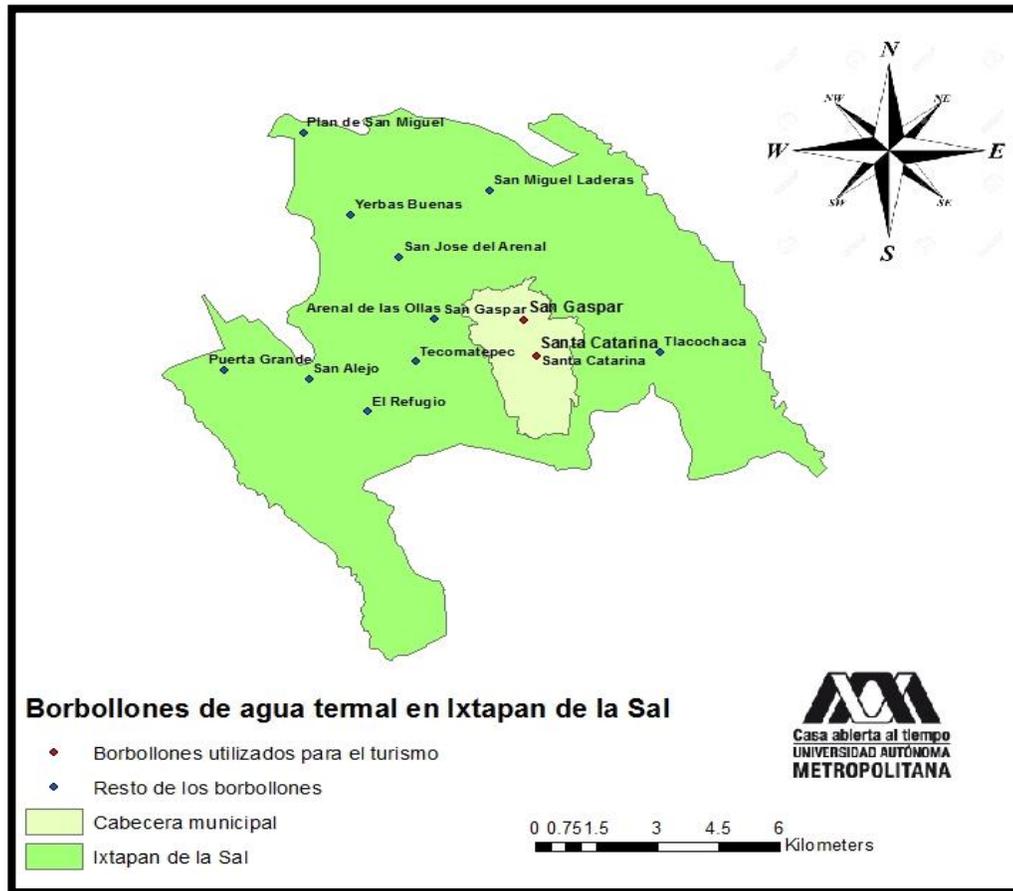
La tercera abarca el periodo de 1980 hasta la fecha, esta etapa está caracterizada porque en Ixtapan de la Sal se comienzan a practicar otros tipos de turismo como el de negocios, residencial, de descanso y diversión y por supuesto el de salud y que a su vez esto permitirá que Ixtapan adquiriera la forma definitiva de un centro turístico

3.1 Fase 1: Pre turística y de creación (1850-1941)

En Ixtapan de la Sal, se encuentran doce borbollones³ de agua termal (distribuidos en las distintas localidades que conforman el municipio), la cual se encuentran a una temperatura superior a los 30°C, de los doce borbollones, diez le pertenecen a Ixtapan de la Sal, sin embargo solo cuatro borbollones han sido utilizados y aprovechados turísticamente: los dos del barrio de Santa Catarina, que utiliza el balneario municipal, y los dos del barrio de San Gaspar, concesionados a la familia San Román, quienes son dueños del parque acuático “Ixtapan” (Arizmendi, 1999), (cabe mencionar que este par de barrios, se encuentran localizados dentro de la cabecera municipal) (Véase mapa 3).

³ Borbollón: De acuerdo a la Real Academia Española, un borbollón, es la erupción de agua de abajo hacia arriba elevándose sobre la superficie

Mapa 3. Localización de los borbollones de agua termal



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del H. Ayuntamiento de Ixtapan de la Sal

Estos borbollones de agua termal se caracterizan por sus propiedades terapéuticas, ya que curan enfermedades como la artritis, reumas etc. Estos borbollones fueron descubiertos desde la época prehispánica, es decir cuando Ixtapan de la Sal tuvo sus primeros pobladores, (Arizmendi, 1999a), sin embargo, estos borbollones se comenzaron a aprovechar con fines turísticos hasta 1850.

Ixtapan de la Sal sirvió de paso para las personas que se dedicaban a la minería y que provenían de los municipios de Zacualpan (Estado de México) y Taxco (Estado de Guerrero), estas personas aprovechaban este pasó para descansar y sumergirse en las maravillosas aguas esperando que sus enfermedades como

reumas, artritis, desaparecieran; a partir de esto se comenzó a practicar el turismo de salud en Ixtapan de la Sal, este tipo de turismo se define como el conjunto de actividades que realiza una persona al desplazarse de su localidad a otra por más de un día y menos de un año implicando el tener que hospedarse por lo menos una noche, teniendo como motivo principal o alternativo el recibir algún servicio de salud o bienestar.(OMT, 1975), este tipo de turismo tiene dos vertientes, la terapéutica que tiene que ver con el turismo en busca de medicina y la turística, misma que se define como la búsqueda de salud y ocurre en centros turísticos como *spa*, balnearios, centros de talasoterapia, etc. (Mourão, 1997; Pollock & Williams, 2000; San José Arango, 2003; Sánchez Zapata, 2006).

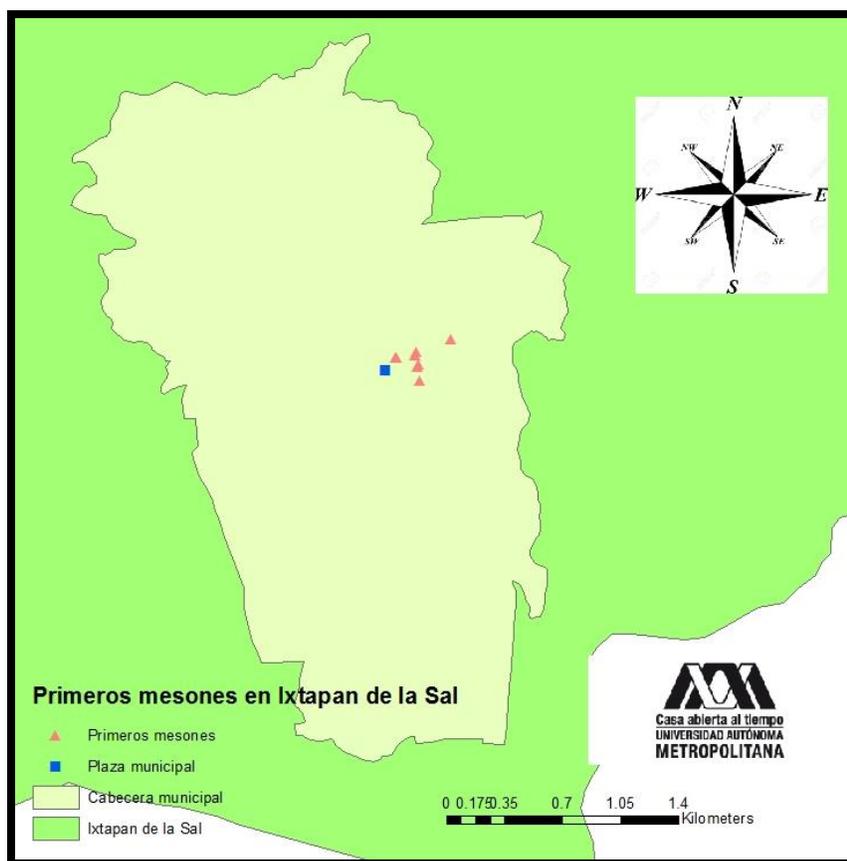
El hecho de que se comenzará a practicar este tipo de turismo en el municipio, permitió a las autoridades municipales construir el primer balneario público (hoy parque acuático Ixtapan) sobre los borbollones del barrio de San Gaspar en el año de 1850. Este balneario fue construido por un italiano el cual su nombre se desconoce por falta de evidencia documental, sin embargo se sabe que este balneario era administrado por el gobierno municipal, (Cruz, 2008) a su vez con la construcción de dicho recinto, surgieron los primeros mesones o posadas⁴, la mayoría de estos establecimientos son casas grandes adaptadas con el fin de dar alojamiento a una persona o grupos de personas. Los primeros mesones o posadas, se encontraban cerca de la plaza central del municipio donde se lleva a cabo todo tipo de actividad comercial, situación que era aprovechada por las personas que se quedaban a descansar en Ixtapan, pues como se dijo anteriormente la mayoría de ellas era personas que se dedicaban a la extracción de metales e iban a la plaza a vender o intercambiar sus productos, a su vez algunos de estos mesones, se localizaban en las principales vías de acceso a la cabecera municipal esto servía de estrategia, ya que por ahí pasaban los visitantes al municipio.

En 1910 el ya mencionado balneario dejó de funcionar debido a que comenzó la revolución mexicana y se volvió a abrir hasta el periodo de 1929- 1930, esta vez

⁴ Mesones o posadas: es un establecimiento hotelero ubicado normalmente sobre rutas lejos de las ciudades, donde los viajeros pueden encontrar alojamiento y usualmente comida y bebida.

bajo el arrendamiento y administración de los señores Erasmo Hernández y José Reynoso (Cruz, 2008.), para este entonces dentro de la cabecera municipal ya había más mesones funcionando, hablamos de un total de 8 (Véase mapa 4)

Mapa 4. Primeros establecimientos de hospedaje en Ixtapan de la Sal



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Archivo Histórico Municipal.

En el año de 1930, Ixtapan de la Sal, ya era más conocido por su aguas termales, y por ende más personas lo visitaban, esto permitió que las posadas pasaran a segundo plano y surgieran los primeros hoteles, los cuales fueron “Hotel Casa Raúl”, “Hotel Casa Blanca”, “Hotel Servín”, “Hotel Reforma” “Hotel Belisana”, “Hotel Bungalows Lolita”, “Hotel Pensión Viena”, “Hotel Pensión Guadalajara”, “Hotel Granada”, “Hotel Colonial” entre otros, cabe mencionar que algunos de estos hoteles ya no existen (por ende no se ven el mapa), otros cambiaron de

nombre y algunos perduran hasta la fecha. (Véase mapa 5) también destaca el hecho que para esta primera etapa el 1% de la población económicamente activa (PEA) del municipio (principalmente de la cabecera municipal) ya se dedicaba a actividades relacionadas con el turismo mientras que el resto se dedicaba a actividades agrícolas y mineras. (Martínez, 1997)

Mapa 5. Aparición de los primeros hoteles en Ixtapan de la Sal.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Archivo Histórico Municipal.

Es así como el espacio de Ixtapan de la Sal va tomando forma, de acuerdo a las necesidades tanto de los visitantes como los habitantes locales, los primeros en el sentido de tener un lugar donde hospedarse, descansar y comer, los segundos vieron en el hospedaje una forma obtener ingresos, esto se ve reflejado en las palabras de Abler, Adams y Gould al afirmar que “la gente genera procesos espaciales para satisfacer sus necesidades y deseos, y estos procesos dan lugar a estructuras espaciales que a su vez influyen y modifican los procesos geográficos” (1971)

Existen dos eventos que marcarían el fin de esta primera etapa de la evolución espacial así como del turismo en Ixtapan de la Sal, por un lado es que en el año de 1941 el gobernador del Estado de México Isidro Fabela en coordinación con el gobierno municipal construyeron sobre los borbollones de Santa Catarina el segundo balneario público (Hoy balneario municipal “El Bañito”), mismo que hasta la fecha es administrado por el gobierno municipal, por otro lado en este mismo año llegó a Ixtapan de la Sal, Arturo Alfredo San Román Chávez⁵ quien vio en el municipio un gran potencial para desarrollar el turismo de salud a escalas más grandes y para ello ideó establecer un gran centro turístico medicinal. (Guadarrama, 2004), citado por (Cruz, 2008). Sin embargo el proyecto que este personaje tenía en mente, solo beneficiaría a él, a su familia y otros personajes del ámbito político. Dicho proyecto traería consigo un sinnúmero de problemas sociales, los cuales se explicarían en la segunda etapa de este proceso turístico-espacial.

3.2 Fase 2. Desarrollo y madurez del producto turístico (1945-1977)

Como ya se dijo anteriormente, en 1941 llegó a Ixtapan de la Sal, Arturo San Román Chávez, quien buscaba hacer de Ixtapan, un centro turístico medicinal, es por eso que luchó para obtener la concesión de las aguas termales tanto del barrio de San Gaspar como los de Santa Catarina, pero fue hasta 1945, que logró obtener la concesión de las aguas termales del barrio de San Gaspar, a través de

⁵ Arturo San Román, fue el patriarca de la familia, quien en los años cuarenta construyó el Hotel Ixtapan y el balneario que posee las aguas termales, las cuales fueron el detonante inicial del turismo en esa época (Cruz, 2014). Este personaje tuvo dos hijos Arturo y Roberto San Román Widerkehr, quienes después de la muerte del padre en 1977 se encargaron de la administración del balneario y del hotel, y a su vez estos dos actores fueron quienes le dieron a Ixtapan otra dirección para seguir desarrollándose turísticamente

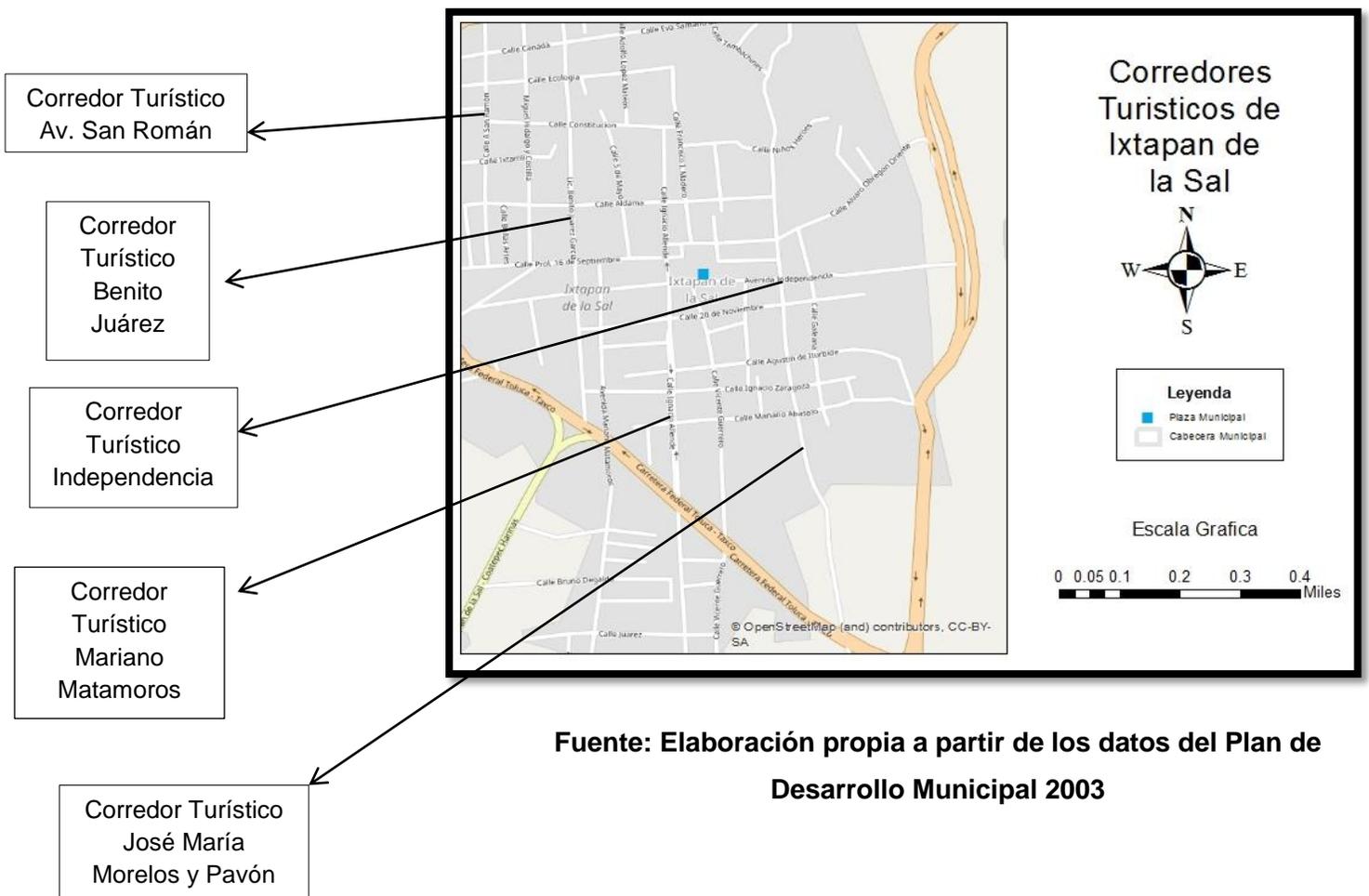
la Secretaria de Recursos Hidráulicos, situación que generó conflicto con los habitantes locales tanto del barrio como del municipio en general, pues la concesión de dichas aguas eran por un periodo de 50 años, a partir de esta concesión los habitantes del barrio ya no recibían la misma cantidad de agua el cual les era útil y lo sigue siendo para llevar a cabo sus distintas actividades es decir hubo un gran desabasto de agua. Al obtener dicha concesión, también obtuvo el poder para administrar el balneario al cual lo remodeló para hacerlo más atractivo y dar mejor servicio, así mismo, su esposa la señora Sara de San Román, fue quien estableció el primer spa en la localidad, este spa fue hecho dentro de las instalaciones del balneario del que su esposo estaba a cargo. (Cruz, 2008)

El hecho que obtuviera las concesiones del agua, remodelara el balneario y su esposa estableciera un spa, no sería suficiente, ya que este personaje ocuparía ayuda tanto del gobierno municipal como del estatal para poder llevar a cabo su gran proyecto en forma total, dicha ayuda la obtuvo, ya que en el año de 1945 se construyó y se inauguró la carretera federal Toluca-Ixtapan de la Sal, la cual permitiría una mejor accesibilidad y una mayor cantidad de visitantes al municipio y a los balnearios (de San Gaspar y de Santa Catarina) que en su momento ambos eran los principales atractivos del municipio. Dichos visitantes eran provenientes de la Ciudades de México y Toluca, destaca el hecho de que el resultado de este grupo de acciones fue que a finales del mismo año Ixtapan adquirió la etiqueta de zona turística por el entonces gobernador del estado Isidro Fabela.

Los ingresos económicos derivados de este hecho, le permitió a San Román construir el Hotel Ixtapan (Hoy en día unos de los hoteles más grandes, e importantes del municipio). Por su parte al gobierno municipal estos ingresos le sirvieron para invertirlos en infraestructura y servicios públicos es decir para abrir y mejorar caminos que conectaran a las localidades con la cabecera municipal, pavimentar algunas calles, y hacerlas más atractivas para el turismo, dichas calles fueron las más cercanas a la plaza municipal y son las siguientes: Calle

Benito Juárez, Calle Independencia, Calle Mariano Matamoras, Boulevard San Román y Calle José María Morelos y Pavón, estas calles actualmente concentran la mayoría de servicios turísticos y de comercio dentro del municipio, además de que sirven como vías de conexión entre la plaza municipal central y otras colonias del municipio (Ricuarte, 2001). Cabe destacar que estas 5 vialidades reciben el nombre o la etiqueta de “corredores turísticos”⁶. (Plan de Desarrollo Municipal, 2003) (Véase mapa 6)

Mapa 6. Corredores Turísticos de Ixtapan de la Sal.

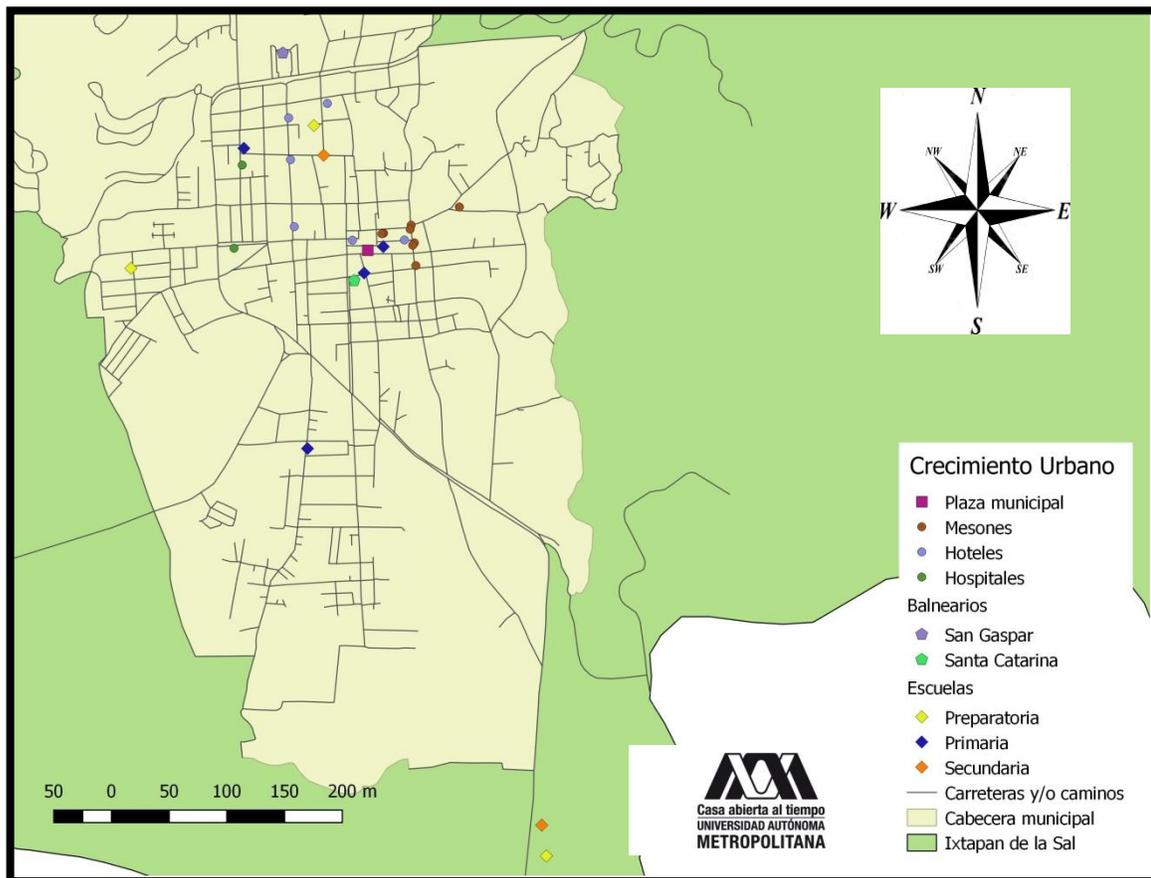


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Plan de Desarrollo Municipal 2003

⁶ Son las vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como el elemento estructurador del espacio turístico (Boullon, 1997)

A su vez también se construyeron las primeras escuelas oficiales (de distintos niveles educativos), se construyeron los primeros hospitales o centros de salud, se introdujo el sistema de alcantarillado y red de agua potable; con estos avances en cuanto a infraestructura y servicios se refiere y tomando en cuenta los primeros establecimientos que ya había en Ixtapan desde la primera etapa fue que la cabecera Ixtapense cambio su uso de suelo, pues de uso agrícola cambio a uso urbano de tipo residencial, estos eventos tuvieron lugar entre 1950 y 1974. (Véase mapa 7)

Mapa 7. Crecimiento urbano de Ixtapan de la Sal (1950-1974)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Arizmendi (1999)

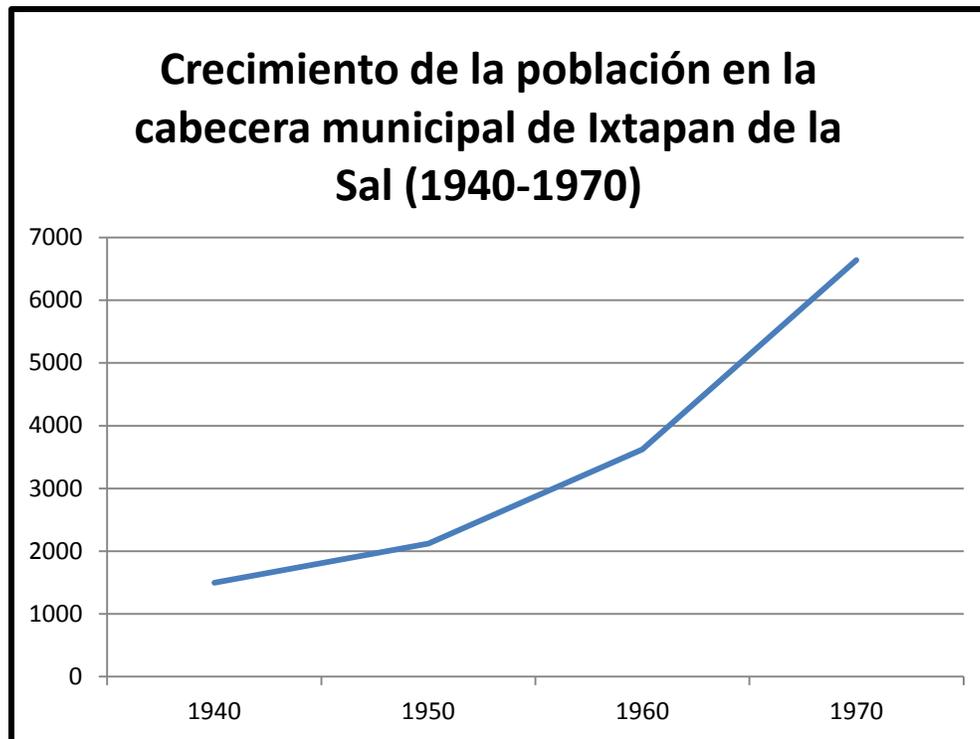
Este pequeño crecimiento urbano que experimento la cabecera municipal en el periodo ya mencionado, trajo consigo un crecimiento en la población de la cabecera municipal y un descenso en la población de algunas de las localidades que conforman Ixtapan de la Sal (Véase Cuadro 8 y grafica 1)

Cuadro 8. Crecimiento de la población de las localidades de Ixtapan de la Sal

Localidad/Año	1940	1960	1970
Ixtapan de la Sal (Cabecera municipal)	1500	3622	6640
Tecomatepec	817	820	1022
Yerbas Buenas	420	360	739
Manilatenango	845	614	660
San Diego de Alcalá	106	183	340
El Salitre	55	70	195
Coaxusxo	140	98	111
Tlacoachaca	281	185	103

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de (Arizmendi, 1999)

Grafica 1. Crecimiento de la población de la cabecera municipal de Ixtapan de la Sal 1940-1960.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos INEGI, censo de población y vivienda 1940 1960 y 1970) y Arismendi (1999)

Como se puede observar, la tabla 3 muestra, el número de habitantes tanto de la cabecera municipal, como de algunas localidades que conforman Ixtapan de la Sal, el motivo por el cual solo puse los datos de dichas comunidades, es porque en ellas se observa un descenso de su población. Por ejemplo en la década de 1940 las localidades de Yervas Buenas y Malinantenango contaban con una población de 420 y 845 habitantes respectivamente, mientras que para en el año de 1960 dichas poblaciones disminuyeron a 360 y 614 habitantes respectivamente, la razón que puede explicar dicho descenso es que algunos de los habitantes de las localidades que aparecen en la tabla, migraron a la cabecera municipal a emplearse en alguna actividad que tuviera que ver con el turismo (de salud) , por ejemplo trabajando en algunos de los hoteles o desempeñándose en alguna actividad dentro los balnearios, otra razón que explica lo anterior puede ser la

migración a otros destinos como la Ciudad de México, la ciudad de Toluca o incluso a Estados Unidos buscando mejorar su calidad de vida. Por otro lado lo que ayuda a completar el anterior argumento es que mientras la población de dichas localidades disminuyeron, la población de la cabecera municipal, tuvo un crecimiento continuo pues en la gráfica se muestra que en la década 1940 la población de la cabecera Ixtapense era de 1,500 habitantes, la cual para 1960 aumento a 3,662 personas y para 1970 la población aumento a 6,640, este crecimiento urbano, y de la población producto de la migración ya mencionada tuvo como consecuencia, un sinnúmero de problemas de carácter social y ambiental, como contaminación, desabasto de agua potable, asentamientos irregulares, etc. sin embargo y a pesar de los problemas ya mencionados se puede decir que a partir de esta segunda etapa el turismo de salud ya era considerado como la actividad económica primordial dentro de la cabecera municipal, pues no solo se comenzaron a ver cambios más notorios sobre la estructura del municipio sino también en su organización socio económica, pues del 1% de la población que dependía de esta actividad en la primera etapa, aumento a un 12% a finales de la década de los cincuentas, para 1960 esta cifra aumento a 19% y para el final de esta etapa la población económicamente activa que dependía de este rubro era del 25% (Martínez, 1997)

El acontecimiento que marco el fin de esta segunda etapa, fue la muerte de Arturo San Román Chávez quien murió en 1977. Los hijos de Arturo San Román, es decir Arturo y Roberto San Román Widerkehr fueron quienes heredaron el balneario y el hotel respectivamente y darían seguimiento al desarrollo del turismo en la localidad. (Cruz, 2008)

3.3 Fase 3: Organización, mutación y consolidación de Ixtapan de la Sal.

Como ya se dijo anteriormente, después de la muerte del patriarca San Román fueron sus hijos Arturo y Roberto San Román Widerkehr quienes, en 1980, heredaron el balneario y hotel "Ixtapan" respectivamente, el primero acondicionó el balneario con nuevos juegos acuáticos e instalaciones de servicios, convirtiéndolo en un parque acuático, mismo que hoy en día es uno de los 10

parques acuáticos más importantes del continente, este hecho provocó que aparentemente el turismo de salud pasara a segundo plano, y cambiara la oferta turística del municipio es decir el turismo ya iba más dirigido a las familias y a los jóvenes en busca de diversión pues en 2005 el 88.2% de la gente que visitaba Ixtapan lo hacía con fines de diversión mientras que el 8.3% lo hacía por salud. (Cruz, 2011). A la par de la reactivación de dicho parque se comenzaron a construir los primeros conjuntos habitacionales, de los cuales hay un total de cinco (Fraccionamiento colonia Bugambilias, Fraccionamiento Residencial Ciprés, Fraccionamiento Xochicaltitlan, Fraccionamiento Rancho San Diego y Fraccionamiento Ixtapan Golf & Country Club) mismos que se construyeron entre 1980 y 1998. (Arias, 2007). Estos conjuntos habitacionales fueron creados con el fin de promover el turismo residencial o turismo de segunda residencia, mismo al que Daniel Hiernaux lo define como “El turismo de segundas residencias es aquel por el cual las personas acuden a un destino o una localidad que no es forzosamente turística per se, donde han adquirido la posesión por renta o compra de un inmueble en el cual pernoctan y realizan actividades de ocio y esparcimiento. 2005)”. Cabe resaltar que este tipo de turismo en Ixtapan de la Sal va dirigido a familias o personas con un alto estrato social, pues los terrenos donde fueron construidos estos conjuntos habitacionales son de alto valor debido en la zona donde se encuentran pues según Esteban Arias la compra por alguna vivienda ubicada dentro de alguno de estos conjuntos oscila entre los 2 a los 6 millones de pesos (2007)

Mientras el turismo de segunda residencia se desarrollaba a través de los conjuntos habitacionales, simultáneamente también creció el número de establecimientos de hospedaje y de servicios turísticos, pues en 1994 parte de la cabecera municipal de Ixtapan de la Sal ya estaba más que consolidada como zona turística pues aparte de contar con los dos balnearios previamente mencionados, también ya existían 47 establecimientos de hospedaje de los cuales había uno de cinco estrellas (con 211 habitaciones), uno de cuatro estrellas (con 67 habitaciones), seis de tres estrellas (con 189 habitaciones), siete de dos estrellas (con un total de 180 habitaciones) siete de una estrella (con 77

habitaciones) y veinticinco de clase económica (con 318 habitaciones) en total hablamos que Ixtapan de la Sal cuenta con una capacidad de 1,042 habitaciones para atender la demanda hotelera (Arizmendi, 1999) (Véase mapa 8). A su vez ya había dos agencias de viaje encargadas de organizar excursiones y visitas la municipio, también ya se contaban con un total de 25 restaurantes, los cuales su oferta está dirigida a cualquier tipo de público y no solo prestan servicio a los visitantes sino también a la población local, otra cosa que también permitió una mayor afluencia de visitantes al municipio es la creación de una central de autobuses, la cual a través de sus servicios conecta a Ixtapan de la Sal con los municipios de Cuernavaca, Zacualpan, Villaguerrero, Tenancingo, Tenango del Valle y con las ciudades de México y Toluca siendo estos dos lugares los principales emisores de turistas al municipio, ya que del 100% de los visitantes el 50% proviene de la capital mexicana, un 45% viene de la ciudad de Toluca y el resto proviene de otras partes de la república (Ricuarte, 2001).

La construcción de estos conjuntos habitacionales, aunado a los cinco corredores, turísticos, más el crecimiento negocios con fines turísticos, haría una división socio-geográfica de la cabecera municipal en dos zonas:

1. Zona Turística: Esta zona está conformada por los cinco corredores turísticos, los cuales contienen el mayor número de negocios con fines turísticos como los balnearios, hoteles, restaurantes, discotecas, etc. además en esta zona se encuentran los conjuntos residenciales y el centro municipal. (Véase Foto 1, y 2)

Fotografía 1. Plaza municipal central



Fuente: Tomada el día 12 de Noviembre de 2016, por José Gabriel Gutiérrez
Gómez

Fotografía 2. Escultura de la Diana Cazadora.



Fuente: Tomada en el Corredor Turístico Boulevard Arturo San Román tomada el día 12 de Noviembre de 2016, por José Gabriel Gutiérrez Gómez

2. Zona exclusiva de uso habitacional: Esta zona de uso habitacional, está conformada por las colonias 10 de Agosto, 5 de Febrero, Revolución, el Progreso, Infonavit, etc. Estas colonias no tienen atracciones turísticas y por ende no son visitadas, sin embargo a pesar de contar con los servicios públicos básicos, el Plan de Desarrollo Municipal menciona que son zonas que viven en condiciones precarias y están excluidas de los beneficios que aporta la actividad turística en la localidad. (Véase Foto 3 y 4) (Plan de Desarrollo Municipal, 2003)

Fotografía 3. Colonia 5 de Febrero



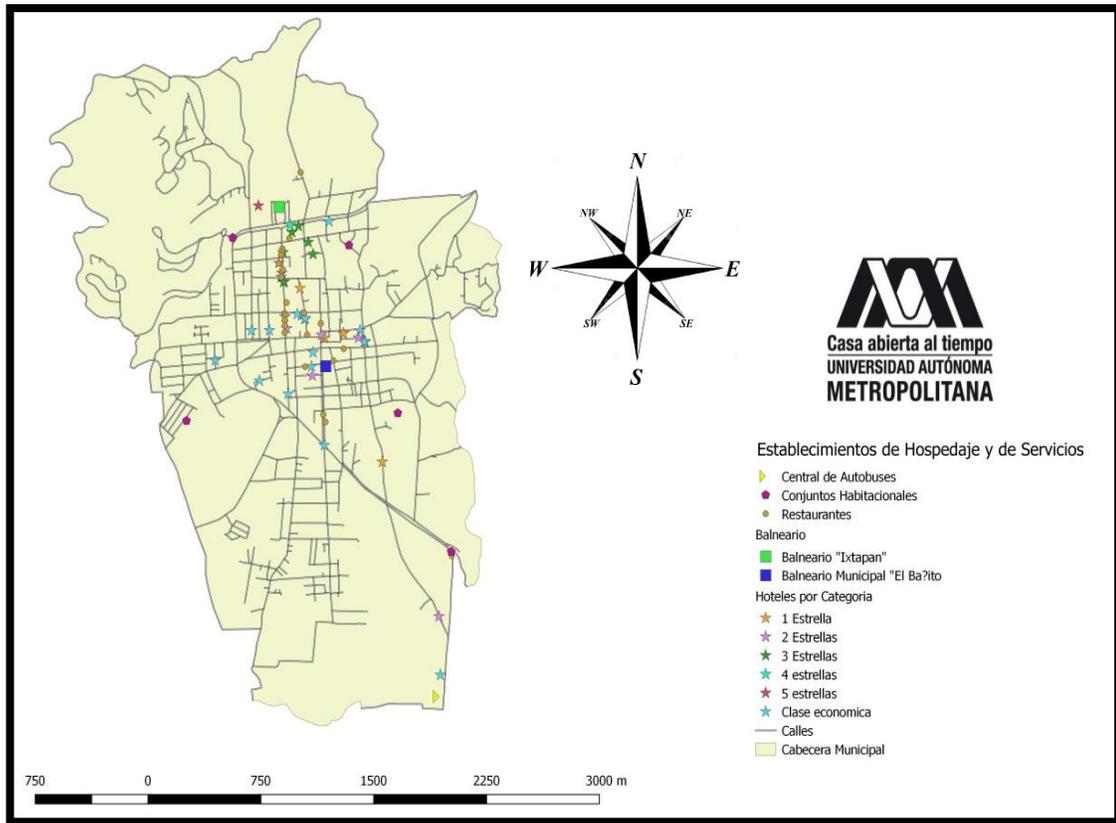
Fuente: Tomada el día 12 de Noviembre de 2016, por José Gabriel Gutiérrez Gómez.

Fotografía 4. Colonia 10 de Agosto



Fuente: Tomada el día 12 de Noviembre de 2016, por José Gabriel Gutiérrez Gómez

Mapa 8. Hoteles por categoría y establecimientos turísticos en Ixtapan de la Sal.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Atlas de Riesgos Municipal.

Como se dijo anteriormente y el mapa anterior lo muestra, en el año de 1994 Ixtapan de la Sal solo contaba con un hotel de cinco estrellas, este número aumento a tres establecimientos de dicha categoría en el año 2000, gracias al impulso y desarrollo del turismo de salud y de negocios y es que, en el año de 1995 se llevó a cabo la primera feria turística en el municipio, misma que fue organizada por el gobierno municipal en coordinación con la Asociación de Prestadores de Servicios de Ixtapan, esto con la finalidad de que tanto las empresas como el gobierno dieran a conocer tanto sus servicios como, las grandes atracciones de la localidad, este evento permitió el impulso de turismo de negocio pues algunas empresas privadas, organizaciones civiles así como instancias gubernamentales (federales, estatales y municipales) vieron en Ixtapan

de la Sal un lugar atractivo para llevar a cabo el cierre de negocios o para realizar convenciones, talleres, congresos o reuniones de trabajo (Cruz, 2008). Para llevar a cabo dichos eventos solo el Hotel “Ixtapan” era el único establecimiento de mayor categoría capaz de albergar eventos de esa índole, sin embargo la demanda fue creciendo y se comenzaron a necesitar de más lugares con instalaciones adecuadas, para satisfacer este tipo de demanda, fue así que en el año de 1995 inicio funciones el Hotel Rancho San Diego y en el año 2000 el hotel Del Rey Inn (hoy hotel Marriot) estos dos hoteles, junto con el hotel Ixtapan son los tres hoteles de mayor categoría en Ixtapan de la Sal (5 estrellas) y a su vez hacen que Ixtapan sea el municipio dentro del estado de México con más hoteles de este tipo (Cruz, 2011). Estos tres hoteles, no solo albergaban los eventos organizados por empresas privadas y por los gobiernos federales y estatales, sino que también prestan el tradicional servicio de hospedaje y el servicio de spa, que dicho sea de paso, es un servicio complementario del turismo de salud y está dirigido a personas con alto poder adquisitivo. Este tipo de turismo se fue consolidando pues a finales del año 2005 pues el número de personas que viajaba a Ixtapan de la Sal con fines de negocios era de 72. 314 personas.

Por otro lado el resto de los hoteles con categoría a menor a 5 estrellas también han tenido un crecimiento importante pues de los 46 que se registraron en 1994, han aumentado a 59 en 2013. (Véase Cuadro 9)

Cuadro 9. Evolución de establecimientos de Hospedaje 1994-2013

Hotel por Categoría	Establecimientos en 1994	Establecimientos en 2013
5 Estrellas	1	3
4 Estrellas	1	2
3 Estrellas	6	12
2 Estrellas	7	6
1 Estrella	7	14
Clase económica	25	25
Total	47	62

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Arizmendi (1999) y Atlas de Riesgos Municipal (2013-2015)

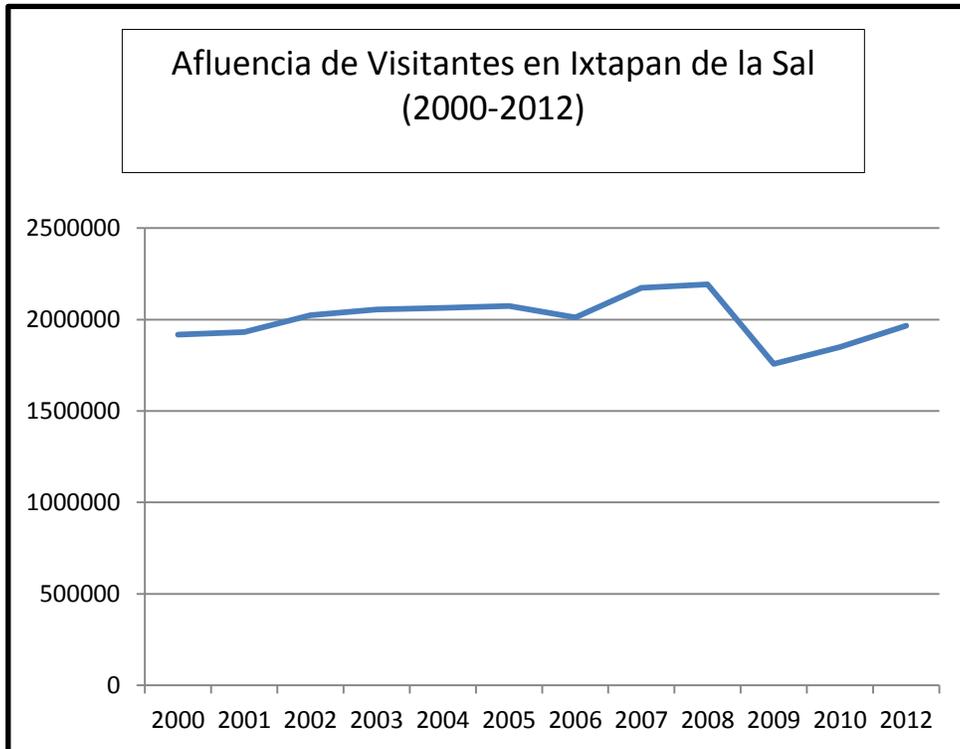
A comparación de los hoteles de alta categoría (5 estrellas), los servicios de estos hoteles, están dirigidos a cualquier tipo de público, pues una de las funciones de estos establecimientos es cubrir la demanda sobrante que los tres hoteles de 5 estrellas que no pueden acaparar. A su vez el número de establecimientos con fines comerciales también ha crecido, pues en 1994 se registraron 34 locales (entre restaurantes, bares, discotecas centros de comerciales, etc.), los cuales en 2013 aumentaron a 52, este crecimiento de establecimientos de hospedaje y de negocios, es producto del aumento de la afluencia de turistas (Véase Cuadro 10 y gráfica 2)

Cuadro 10. Crecimiento de la Afluencia de Visitantes en Ixtapan de la Sal.

Año	Número de Visitantes
2000	1,918,262
2001	1,932,031
2002	2,024,515
2003	2,054,883
2004	2,064,383
2005	2,074,503
2006	2,012,123
2007	2,173,243
2008	2,191,649
2009	1,757,000
2010	1,850,000
2012	1,966,724

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Agenda de Competitividad (SECTUR, 2013-2018)

Grafica 2. Crecimiento de Afluencia de Visitantes en Ixtapan de la Sal.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Agenda de Competitividad (SECTUR, 2013-2018)

Como se puede observar en esta última etapa, el número de visitantes en Ixtapan de la Sal tuvo un aumento entre los años 2000 y 2008, sin embargo de este último año hacia el 2012 la afluencia de turistas ha venido a la baja, la razón que explica este declive, es que precisamente, en el periodo 2008-2012 Ixtapan de la Sal se envió envuelto en una serie de problemas referentes a la política, narcotráfico y delincuencia, e incluso hubo un asesinato de un alcalde municipal, ante esto la imagen turística del municipio quedó manchada y se vio reflejada en la disminución de turistas. Ante esta preocupación, el gobierno municipal y sobre todo los distintos actores privados, dueños de hoteles y de los balnearios, han buscado la forma de revertir esta situación y para ello han incorporado a Ixtapan

de la Sal, en el programa de “Pueblos Mágicos”⁷ del cual es miembro desde el 25 de Septiembre del 2015 y sin duda este nombramiento es un parte-aguas en la historia de la actividad turística del municipio. Pues no solamente cambio la imagen del municipio con la finalidad de que haya más visitantes, sino que también ha generado problemas con la población local, principalmente con aquellas que se benefician del turismo y que trabajan de manera informal, pues según los criterios de dicho programa, el comercio informal afecta la imagen de un Pueblo Mágico.

En síntesis, a lo largo del tiempo, el turismo en Ixtapan de la Sal ha crecido mucho, y eso no solo se ve reflejado en la estructura física y espacial del lugar, sino que a su vez a moldeado a la sociedad local y la forma en que esta se relaciona económicamente, en el siguiente capítulo se describirán a los principales actores que mantienen activa la actividad turística, específicamente la que refiere al turismo de salud, a su vez se analizara la forma de organización y las relaciones que existen entre ellos.

⁷ Pueblos Mágicos es un programa desarrollado por la Secretaría de Turismo(Sectur) de México en conjunto con diversas instancias gubernamentales, que reconoce a quienes habitan estas ciudades y el trabajo que han desarrollado para proteger y guardar su riqueza cultural.¹ Fue creado en el año 2001

Conclusiones.

Ixtapan de la Sal comenzó a crecer y a desarrollarse a partir de la práctica del turismo de salud en cualquiera de sus modalidades, no obstante con la transformación de balneario a parque acuático comienzan a practicarse varios tipos de turismo, lo que permitió ampliar la oferta turística y se comenzaron a practicar varios tipos de turismo como el de negocios, de segunda residencia, el tradicional y por su puesto el de salud, con ello surgieron más servicios acordes a cada tipo de turismo que hoy en día se practica en la localidad. Esto permitiría la consolidación del municipio como un gran centro turístico en el que su base siempre ha sido y será el turismo de salud. Sin embargo esta consolidación traería consigo el fenómeno de la segregación socio-geográfica, pues como se vio en páginas anteriores existe una parte del municipio que no tiene atracción turística alguna y según el Plan de Desarrollo Municipal estas zonas están excluidas de la actividad turística, sin embargo gran parte de la población que vive en estas zonas se dedica a actividades turísticas y por lógica basa su economía en esta actividad por lo que podemos afirmar que si bien no forman parte de los grandes atractivos turísticos, si se benefician directamente de la actividad (económicamente hablando).

Durante su crecimiento y desarrollo como centro turístico, Ixtapan de la Sal se envió envuelto en una serie de problemas de carácter socio-político, el cual tuvo consecuencias como por ejemplo un gran declive en el número de visitantes y por ende una caída en los ingresos derivados por la actividad turística.

Para resolver lo anterior, los tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal) decidieron incorporar a Ixtapan de la Sal en el programa de pueblos mágicos, hecho que sería un parte aguas en la historia turística del municipio debido a que el formar parte de dicho programa implica seguir una serie de estándares que por lo visto hasta ahora no se han cumplido y esto genera una serie de problemáticas, las cuales se describirán y analizarán a detalle en el siguiente capítulo de este trabajo terminal.

Capítulo IV

Organización y relaciones de la planta turística de Ixtapan de la Sal, derivadas del turismo de salud.

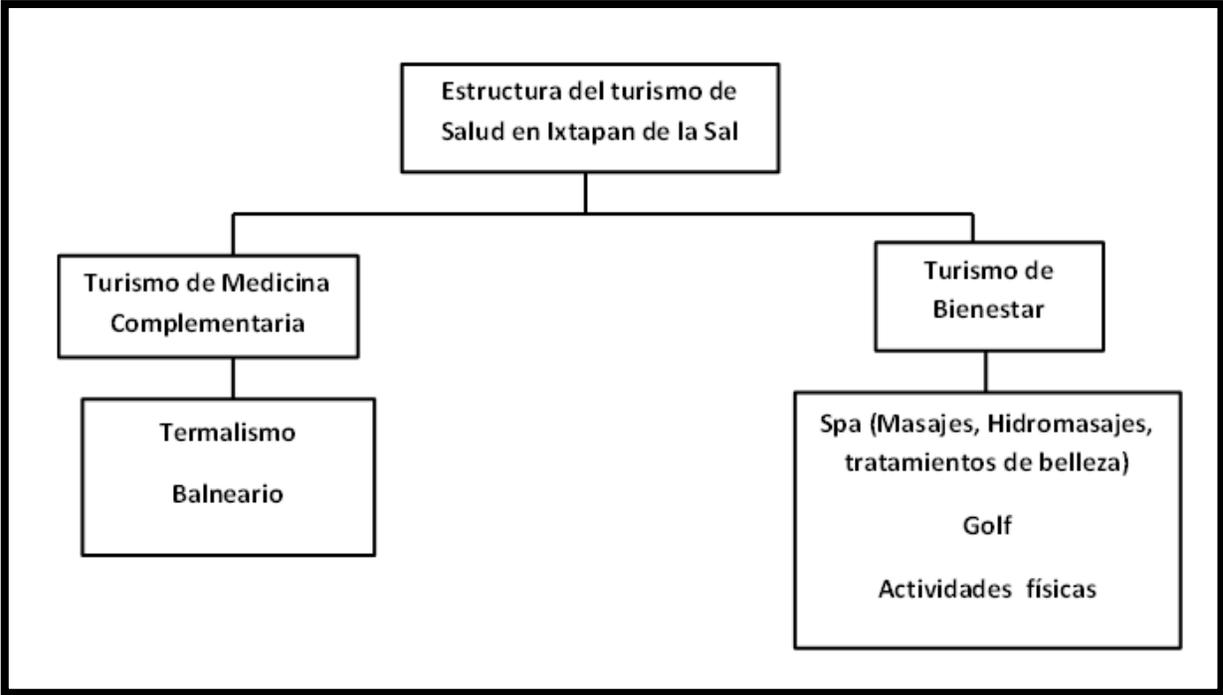
El objetivo del presente capítulo consiste en analizar la organización de los principales actores que conforman la planta turística de Ixtapan de la Sal, particularmente aquella que está basada en el turismo de salud. Para ello, se mencionarán a los principales actores de dicho tipo de turismo y analizaremos las relaciones que existen entre ellos. La elaboración de este capítulo está basada en la información recopilada en el trabajo de campo realizado durante los meses los meses de mayo y julio de 2017. Este capítulo está dividido en cuatro apartados. En el primero, se hablará acerca de la estructura de este tipo de turismo y de sus modalidades. En el segundo, se describen de forma muy detallada los principales actores que prestan este tipo de servicio. En el tercer apartado, por su parte, se habla de las relaciones que existen entre ellos, es decir se analiza la forma cómo éstos se organizan y se complementan sus distintos servicios para ofrecer un buen turismo de salud. Por último, en el cuarto apartado, se habla de los problemas que ha enfrentado y enfrenta el turismo en general dentro de la localidad. En este apartado, más que un análisis profundo, se hacen sugerencias a los posibles problemas del sector en la localidad a partir del análisis previo.

4.1 Estructura del turismo de salud en Ixtapan de la Sal.

En el apartado teórico, se mencionó que existen varias formas de hacer turismo de salud. Una de ellas es el turismo de bienestar, que consiste en servicios de spa, masajes e hidromasajes, así como en la realización de actividades físicas como el golf y el *fitness*. Otra forma de turismo de salud es a través del turismo de medicina complementaria, basado exclusivamente en el turismo de balneario y las aguas termales. Este último tipo de turismo, de hecho, es el principal motivo de atracción en el municipio, dado que en 2014 casi el 65 % de los turistas que visitaron Ixtapan lo hicieron por sus aguas termales (Anuario Estadístico del Estado de México, 2015). El resto lo hacía también con fines de salud, pero ajenos

a las aguas termales; es decir, servicios de spa, masajes, hidromasajes, belleza, actividades físicas etc. (Gaceta de Gobierno Municipal, 2017). El cuadro 11 recoge esta dualidad en el turismo de salud en el municipio.

Cuadro 11. Estructura del Turismo en Ixtapan de la Sal.



Fuente: Elaboración propia

Esta estructura de turismo de salud da paso a una planta turística, en la que distintos actores prestan el servicio de turismo de salud en sus distintas modalidades. Los apartados siguientes se centran en estos actores y en la planta turística de Ixtapan de la Sal.

4.2 Origen y crecimiento de los principales actores de la actividad turística y su organización.

Actualmente, existen diez lugares que ofrecen servicios de turismo de salud en sus distintas modalidades. Entre estos lugares, resaltan el balneario municipal que ofrece aguas termales y servicios de hidromasajes y el parque acuático que

también cuenta con aguas termales y además servicios de spa. Cabe mencionar, no obstante, que en dicho parque se pueden realizar otro tipo de actividades que no están relacionadas con el turismo de salud. En el municipio, también existen hoteles que aparte de ofrecer hospedaje, ofrecen turismo de salud basado en los masajes y en el spa.

Cada uno de estos lugares tuvo su origen en diferentes momentos dentro de la historia turística de Ixtapan de la Sal. Por ejemplo, durante la primera etapa de vida de la actividad turística (1850-1940), se crearon tanto el balneario municipal, como el parque acuático (que comenzó a funcionar como gran centro medicinal basado en el termalismo). Durante la segunda etapa (1945-1977) fueron construidos el Hotel y Spa Villa Vergel y el Hotel Ixtapan, Y durante la tercera y última etapa (1980- actualidad) aparecieron el Hotel Del Rey Inn (hoy Hotel Marriot, Spa y Centro de Convenciones), el Hotel Rancho San Diego, el Hotel Misión San José, la Casa de Descanso Magisterial Ixtamil y el Club y Campo de Golf “Country”. El turismo de salud tuvo su mayor auge durante la primera y segunda etapa, que es cuando se dio la mayor creación de establecimientos. Lo anterior se puede constatar en las palabras de uno de los administradores del Hotel Rancho San Diego. En entrevista, este informante clave nos explicó los motivos de creación del hotel.

“Los motivos fueron muchos, en primer lugar fue para aprovechar el crecimiento turístico del municipio, como sabrás la gente visita Ixtapan por las aguas termales por lo que nosotros quisimos complementar eso a través de nuestro servicio de hospedaje y del spa, otro motivo fue para ofrecer una fuente de empleo a la población local”

El sector de salud, además, ha experimentado una evaluación, dado que, en un principio, era practicado por gente de la tercera edad y hoy en día son varias generaciones y estratos sociales quienes hacen uso de estos servicios. Esta información viene corroborada por uno de los gerentes del hotel Villa Vergel quien nos explica esta evolución en cuanto a la edad de la clientela.

“De los veinticinco años... (Piensa) hasta los sesenta, fíjate que eso ha cambiado, antes las personas que hacían uso del spa era pura gente mayor, sin embargo con el tiempo ha cambiado, el spa ya lo utiliza gente más joven”

4.2.1 Principales actores de la actividad turística en Ixtapan de la Sal y su clasificación.

Una vez dado el panorama general, este apartado analiza los diferentes establecimientos que dan los servicios de turismo de salud en el municipio.

Parque Acuático Ixtapan

Tiene sus orígenes en los años cuarenta del siglo pasado y comenzó a funcionar como un gran centro medicinal basado en las aguas termales, para posteriormente convertirse en parque acuático. Como ya se mencionó, ofrece turismo de salud mediante las aguas termales y lo complementan con el spa que hay dentro de sus instalaciones. EL spa fue creado a la par del mismo parque. Además, debido a la gran demanda que ha tenido, ha sufrido bastantes cambios, contando hoy en día con una capacidad de 33 cabinas de masaje individuales. Es un spa muy completo, pues también ofrece servicio de salón de belleza para mujeres y cámaras de vapor para hombres. En este spa trabajan treinta personas de forma permanente. En cuanto al parque acuático, el número de sus trabajadores son aproximadamente de 200 y son trabajadores de planta; es decir, tienen trabajo permanente durante todo el año, aunque, en temporada alta, como vacaciones y puentes, el parque se ve en la necesidad de contratar personal eventual. Los costos por hacer uso del parque oscilan entre los 75 y los 115 pesos (dependiendo si es niño o adulto), mientras que en temporada alta los precios van desde los 160 hasta los 230 pesos (también dependiendo si es niño o adulto). El uso de las aguas termales tiene un costo de 25 pesos más, pero si se hace uso exclusivo de las aguas termales (sin acceso al resto del parque) el costo es de 75 pesos. Cabe destacar que este parque tiene la capacidad de difundirse con sus propios medios ya que destinan recursos para hacer su propia página web, pagar campañas publicitarias a través de radio y televisión etc. Debido al gran abanico de juegos, su capacidad de atracción y el número de personas que trabajan en el parque, se

le considera el principal atractivo del municipio y el gran motor de la actividad turística en el municipio.

Balneario municipal “El Bañito”

Fue construido e inaugurado poco después del parque acuático (en su época como centro medicinal). Desde su inicio y hasta la fecha, el servicio que ofrece es 100% de turismo de salud basado en las aguas termales y es complementado a través del servicio de spa e hidromasajes. No tiene gran capacidad en comparación al parque acuático, pero sin duda es muy visitado debido a que sus tarifas son bajas en relación a las del parque acuático. una persona del área de turismo del municipio, en entrevista, nos dijo lo siguiente al respecto:

“Pues mira tenemos diferentes precios, y creo que son precios muy bajos, y es lo que hace a la gente venir al balneario el uso de las aguas termales es de setenta pesos (\$70) para gente de afuera y para niños que también vienen de afuera es de cincuenta pesos (\$50), a los residentes les cobramos cincuenta pesos (\$50), y a los nativos el costo es de veinticinco pesos (\$25), los hidromasajes, tienen un costo de noventa pesos, (\$90) a los turistas incluidos niños y a los residentes y para los nativos es de cincuenta pesos (\$50)”

En este lugar trabajan 35 personas en total, que se distribuyen en las distintas áreas que conforman el balneario: áreas externas, áreas interiores donde se encuentran las albercas termales, y el área de hidromasajes, todos los trabajadores cuentan con contrato permanente y, a pesar de que es necesario, el balneario municipal no contrata trabajadores eventuales durante la temporada alta.

Hotel Ixtapan

Fue el primer hotel cinco estrellas que se construyó en el municipio. Se creó a la par del parque acuático debido a que el propietario de ambos recintos es la familia San Román. Cuenta con un total de 214 habitaciones y ofrece un turismo de salud basado en el spa e hidromasaje, con capacidad para 31 personas. A diferencia de los servicios descritos anteriormente, los precios aquí son elevados. Según el gerente de ventas del hotel, el costo de estos servicios fluctúa entre los 600 y los 2,300 pesos. Su personal lo constituyen un total de 280 trabajadores que tienen

contrato permanente, pero, al igual que el parque acuático, en temporadas altas, tienen que contratar gente para trabajar de forma eventual. Aparte de ofrecer servicio de hospedaje y turismo de salud, cuenta también con un centro de convenciones, en el que se llevan a cabo conferencias y cierres de negocios de gran magnitud.

Marriot Hotel, Spa y Convention Center

Las características de este establecimiento son muy similares al hotel Ixtapan. Se inauguró en el año 2000 y tiene una capacidad de 189 habitaciones, y 36 cabinas de spa e hidromasajes. Como su nombre indica, también cuenta con un centro de convenciones. Cuenta con un personal de 210 trabajadores permanentes y también contrata gente eventual en temporadas altas. Según nuestra entrevistada, se le considera como el mejor hotel en su categoría debido a la calidad y eficiencia de su servicio. Según esta informante, el hotel aparece en el lugar número uno en una lista de diez hoteles de mejor categoría no solo en Ixtapan de la Sal, sino en todo el estado de México, el costo de sus servicios oscila entre los 1,200 a los 2,050, tanto en hospedaje como para los servicios de turismo de salud,

Hotel Rancho San Diego

Tiene origen en el año de 1998, de los tres hoteles con mayor categoría, es el más pequeño, pues solo cuenta con 46 habitaciones, este hotel también ofrece servicio de spa con capacidad para 80 personas, así mismo cuenta con salón de convenciones con capacidad para 450 personas. Su personal laboral asciende a los 120 trabajadores de planta y al igual que la mayoría de los hoteles que hay en la localidad contratan gente para trabajar de forma eventual. El costo por sus servicios son de 2,200 pesos por el uso de las habitaciones y de 2,500 a 3,000 pesos por el servicio de spa e hidromasajes.

Hotel Villa Vergel

Es uno de los hoteles más antiguos en el municipio, pues se creó en 1962. Tiene una categoría de cuatro estrellas y cuenta con un total de 67 habitaciones. El

servicio de spa que ofrecen es de máximo para diez personas, y sus costos son de \$1800 y de \$500 respectivamente. Tiene un total de 40 trabajadores de planta o permanentes y también ofrecen empleo eventual en temporadas altas.

Hotel Misión San José

Este hotel es el más reciente de todos los entrevistados. Se creó en el año 2012, apenas tiene un total de 12 habitaciones, y el costo de su renta es de 1,100 pesos. Por otro lado, el uso de su spa, hidromasajes y servicios similares tiene un costo que va de los 500 a los 1,100 pesos. Según el gerente general del lugar, la mayoría de sus trabajadores no cuentan con contrato permanente, es decir, la mayoría labora de manera eventual.

4.2.2 Clasificación y características de los actores

De la descripción anterior, se concluye que, aunque todos los negocios (balneario, parque acuático y hoteles) ofrecen servicios turísticos, cada uno de los equipamientos pertenece a subsectores distintos. Mientras el parque y el balneario municipal pertenecen al subsector de esparcimiento y espacios recreativos y están especializados en actividades de ocio que pueden estar destinadas a los turistas (Catalogo clasificador de actividades, SCIAN NAES, 2016), los hoteles que lógicamente pertenecen al subsector hotelero, cuentan con servicios diversos y más sofisticados.

Dado que las aguas termales son el principal motivo de visita a Ixtapan de la Sal, y constituyen la base del turismo de salud, que es el objetivo de esta tesina, el parque acuático y al balneario municipal toman la etiqueta de actores primarios, mientras que todo el subsector hotelero son los actores secundarios, debido a que como los servicios de salud que ofrecen son complementarios. Por otra parte, también se identificó al gobierno municipal como un actor independiente, pues, aunque no mantiene relación formal con los otros actores (salvo administrar el balneario municipal), juega un papel importante en la difusión de la imagen turística del municipio, de forma resumida, podríamos decir que:

Actores primarios: Este grupo lo conforman el parque acuático y el balneario municipal, como se dijo anteriormente ellos son los únicos que cuentan con el principal atractivo natural de donde se desemboca toda la actividad turística: el agua termal. La diferencia entre ambos es que el parque acuático es una empresa privada, mientras que el balneario es de administración gubernamental. A pesar de contar con el principal motivo de atracción, siguen innovando su servicio y al mismo tiempo amplían su abanico de opciones con el fin de entretener a la gente que los visita.

Actores secundarios: Este grupo lo comprenden todo el sector hotelero entrevistado, todos ellos dependen en gran medida del primer grupo de actores, sin embargo ellos buscan la manera de mantenerse en la actividad por su propios medios, es decir plantean estrategias de venta internas para la atracción de gente sobre todo entre semana y temporada baja, estas estrategias también se hacen en conjunto a través de una asociación de dueños hoteleros, quienes la conforman todos los hoteles que hay en Ixtapan. El gerente de ventas del hotel Ixtapan y el administrador del hotel Rancho San Diego, fue quienes nos hicieron saber lo anterior a través de sus comentarios:

“...nuestro hotel tiene, afortunadamente las tres partes: lo que es la parte de convenciones, la parte de spa, y la parte del cliente normal de fin de semana, entonces, cuando tenemos las temporadas bajas que ya sabemos cuáles son y están súper marcadas a través de los años, nosotros entre semana tenemos muchos grupos nacionales de trabajo a nivel convención, que es como llenamos mucho esos huecos (...) cuando tenemos las temporadas bajas afortunadamente tenemos mucho grupos que nos visitan de trabajo, todo el año nos visitan, pero en estas épocas ponemos como que más énfasis porque ya sabemos, mandamos promociones, mandamos informaciones para grupos para que nos den una respuesta”

“En temporada baja nos visitan muchos grupos convencionales, que adquieren el servicio a través de paquetes, (...) hay apoyo para generar venta en demanda alta entre nosotros mismos (sector hotelero) (...).Este apoyo o relación se originó por la

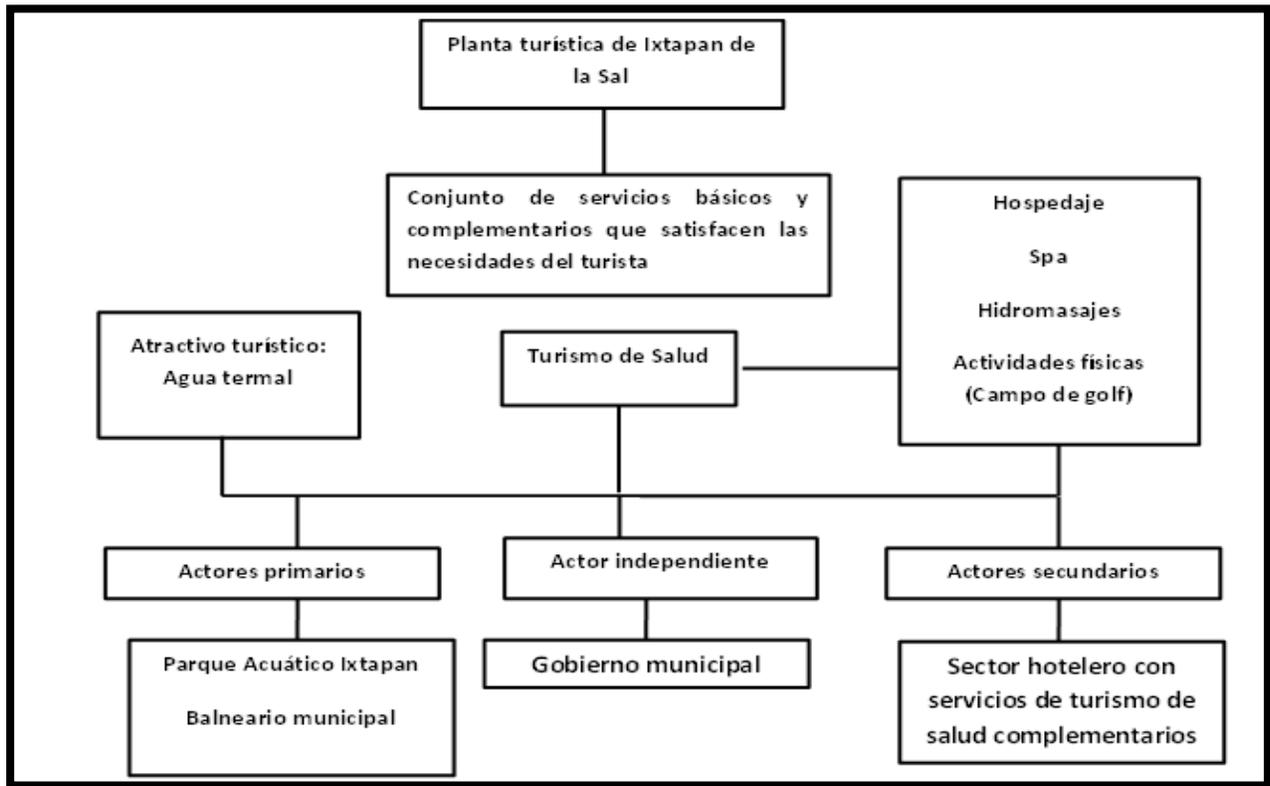
búsqueda de crear más demanda en tiempos de poca fluidez de clientes, es así como nace la existencia de una asociación de hoteleros”

Otro factor por el que apuestan para no quedarse rezagados en la actividad y mejorar sus servicios, es a la ampliación e innovación, es decir crean nuevas áreas de entretenimiento dentro sus instalaciones para tener algo más que ofrecer al cliente. Así lo afirmo la señora Edith Torres cuando se le pregunto sobre lo que se ha hecho en el hotel donde trabaja para mejorar el servicio y mayor asistencia de clientes:

“Pues ampliación y remodelación, como te comente hace rato el primer spa que teníamos, no tenía tantas cabinas, no tenía una alberca como tal, dentro de este nuevo spa tenemos una alberca que su agua está arriba de los treinta grados a su vez hemos implementado nuevas técnicas de masajes, también se hizo un gimnasio dentro del spa que anteriormente no lo teníamos, en pocas palabras en Marriot siempre estamos ampliando, creando nuevos espacios, innovando, como las dos albercas: la exterior y la techada, ellas se hicieron desde la construcción del hotel, pero han sufrido remodelaciones y ampliaciones”

En el siguiente esquema (Cuadro 12) se explica de manera más sintética la planta turística de Ixtapan de la Sal.

Cuadro 12. Planta turística de Ixtapan de la Sal.



Fuente: Elaboración propia

4.3 Relaciones entre los principales actores de la planta turística

Para analizar las relaciones entre los actores de la planta turística en Ixtapan de la Sal, recurriremos a los modelos explicativos de relaciones entre empresas de Uzzi (1997) y Astley y Fombrun (1983). El modelo de Uzzi plantea que existen dos maneras en las que se pueden dar relaciones entre empresas: La primera forma es a través de relaciones comerciales o de mercado, también llamadas relaciones débiles, y la segunda son las relaciones sociales basadas en la confianza entre empresas o también llamadas relaciones o vínculos fuertes. Astley y Fombrun (1983), por su parte, mencionan, en otro modelo explicativo, que las relaciones entre empresas se dan a partir de estrategias colectivas, definidas como una

forma de comportamiento voluntarista de un grupo de empresas. Las relaciones derivadas de la estrategia colectiva se entienden a partir de dos dimensiones:

1. Relaciones comensalistas: Relaciones que se dan entre empresas de un mismo sector o subsector
2. Relaciones simbióticas: Relaciones que se dan entre empresas de distinto sector o subsector

Al combinar ambos modelos explicativos, Galán, Casanueva, Castro-Abancéns (2010) identifican una tipología de subrelaciones o subredes entre empresas, que se enumeran a continuación:

1. Relaciones aglomeradas: Relaciones que se dan entre empresas u organizaciones de un mismo sector o subsector con vínculos débiles o indirectos
2. Relaciones confederadas: Relaciones entre empresas de un mismo sector o subsector con vínculos fuertes y directos, este tipo de relaciones se caracteriza por la alianza y cooperación entre empresas
3. Relaciones conjugadas: Relaciones entre empresas de distinto sector o subsector, pero con vínculos fuertes y directos
4. Relaciones orgánicas: relaciones entre empresas de distinto sector o subsector con vínculos débiles e indirectos. (Galán, Casanueva, Castro-Abancéns, 2010).

4.3.1 Relaciones entre actores primarios

Como se dijo anteriormente los actores primarios son el balneario municipal y el parque acuático. La relación que existe entre ambos es de tipo aglomerada ya que solo hay un par de aspectos que los unen a través de un intermediario, que es el gobierno municipal. Ambos actores tienen, no obstante, un par de acuerdos, sobre tarifas, especialmente para el uso de las aguas termales, y un segundo para la administración y distribución del agua potable, dado que ambos establecimientos solo tienen concesionados borbollones de agua termal.

4.3.2 Relaciones entre actores secundarios

Se identificó varios tipos de relaciones entre los actores secundarios. Existe, primero de todo, una relación de tipo confederada, a nivel de ventas, entre hoteles de categoría cinco estrellas, basada en acuerdos de cooperación, particularmente en temporadas altas. La forma de operar se traduce en el traslado de clientes de un hotel a otro, en caso de sobreventa. En palabras de una gerente del hotel Marriot:

“La única relación que existe es cuando nosotros tenemos una sobreventa, podemos enviar a los huéspedes a otros hoteles con la seguridad de que ellos les den el servicio que nosotros le estamos ofreciendo, como el spa, un buen servicio de alimentos y bebidas. Esa relación se originó a partir del crecimiento que tuvo la demanda y que busca específicamente servicios hoteleros como los que nosotros y otros hoteles prestamos”

Existe, no obstante, una relación más sólida de tipo confederada basada en la alianza y la cooperación que no solo se da entre los miembros de este segundo grupo que ofrece servicios de salud, sino en todo el sector hotelero de Ixtapan. Esta relación se refiere a la asociación de dueños hoteleros. La información al respecto de esta asociación es confusa, pues algunos entrevistados nos mencionaban que esta asociación está desintegrada, mientras otros nos explicaron que sigue en pie. Todos los entrevistados nos mencionaron que esta asociación fue creada por el dueño del complejo que abraza parque acuático, hotel Ixtapan y club y campo de golf y se hizo por distintos motivos. LOS siguientes extractos de entrevista resumen los comentarios de algunos entrevistados respecto a esta asociación:

“...bueno hubo una asociación por ahí de hoteleros que no tengo el dato de cuando se creó y que se disolvió por falta de (piensa) ¿Cómo decirlo?, no de cuidado si no de intereses, de crear una base más sólida a nivel hoteleros aquí en Ixtapan (...) nuestro jefe por ahí hizo una sociedad que no funciona porque no había mucho interés, como que cada quien estaba cuidando su espacio y a pesar de que tenemos buena relación a nivel de si nos mandan gente, pues que padre o si nosotros tenemos lleno también se los mandamos (...). La finalidad de esta asociación era precisamente mejorar, que Ixtapan de la Sal ofreciera mucho mejor servicio a la clientela en general en todas sus gamas, para atraer a más gente pero te repito... aparte de que aquí los hoteleros no están muchas veces al cargo cien por ciento de sus hoteles, nosotros sí, porque

tenemos negocios muy grandes, y eso significan pesos. Pero lo que son los hoteleros chicos no siempre están al pendiente de sus hoteles hay encargados, hay gerentes, están lo que tú quieras, entonces por eso quizá yo creo fallo esta asociación y te digo falta de interés como de sabes que, yo tengo mi clientela, tú tienes tu clientela, bueno pues cada quien por su lado, básicamente faltó el interés global en que Ixtapan creciera más, que al final de cuentas se ha dado, pero realmente no por esta asociación”

“Existe o existía una asociación, no se te decir bien porque en esa asociación solo la conformaban los pequeños hoteles y casas de huéspedes registrados, y la finalidad de esa asociación es para que todos dieran o den un servicio homogéneo es decir que el servicio de hospedaje, precios, tarifas, promociones etc. fueran iguales de todos los hoteles que conforman esa asociación, entonces cada equis tiempo se reunían y trataban esos asuntos” Jaime Hernández gerente general del hotel Villa Vergel.

*“Existió alguna asociación, que creó el dueño del parque acuático y del hotel Ixtapan, el señor San Román, esa asociación la formaban todos los hoteles registrados que hay en Ixtapan y se hizo para hacer estrategias de atracción de gente, y que las tarifas de hospedaje fueran parejas para todos, obvio de acuerdo a la categoría de su hotel porque un hotel dos o tres estrellas, no va a cobrar lo mismo que uno de cinco, digamos que esa asociación fue para ver la manera de que el sol saliera para todos, porque el mismo San Román fue quien estaba llevando todo el pastel y pues los demás dueños estaban enojados por eso, esta asociación ya no existe desde hace tiempo **¿Hace cuánto tiempo, en que año?** ”ijoles, eso si no lo sé, pero mira, a pesar de que dejó de existir, hay algunos acuerdos que no han cambiado, por ejemplo precios de hospedaje de acuerdo a la categoría que tienen” Edith Torres gerente de ama de llaves del hotel Marriot.*

Graciela Cruz (2008) menciona, en su obra *“El turismo como elemento de conflicto y acuerdo en las redes de política pública en Ixtapan de la Sal, México”* que esta asociación fue creada en 1994, tuvo nueve años de vida y se disolvió en 2003. El nombre oficial de este organismo era Asociación de Prestadores de Servicios de Ixtapan (APSI) y, como apuntan los entrevistados, fue creada por Roberto San Roman Widerkehr, con la finalidad fue establecer criterios de calidad y precios, de acuerdo a las características y recursos de cada establecimiento.

4.3.3 Relaciones entre actores primarios y secundarios

Se identificó relación de tipo conjugada entre los actores primarios y los actores secundarios. Esta relación es particularmente entre parque acuático y el sector hotelero, dicha relación se da a nivel de ventas en los servicios de spa y se da sobre todo en temporadas altas. Con otras palabras, cuando alguno de estos establecimientos ya no tiene lugar para seguir dando su servicio, le pasa la

clientela a otro. No existe ningún convenio por escrito para llevar a cabo esta operación, es decir todo se da a través de acuerdos que se hacen “de palabra” entre los responsables de cada establecimiento.

Otra relación de tipo conjugada es la que hay entre el parque acuático y el hotel Ixtapan, ya que ambas empresas son del mismo propietario pero con distinta administración. De esta manera, en ocasiones, ambas empresas se unen comercialmente hablando para ofrecer sus múltiples servicios.

Otra relación de tipo conjugada es la que existe entre el gobierno municipal y el balneario municipal, dicha relación es de carácter administrativa y funciona de la siguiente manera. Los ingresos del balneario municipal son utilizados para la difusión del mismo, a su vez también se utilizan en la constante renovación y mantenimiento de instalaciones y, por último, se utilizan para pagar el salario a los trabajadores del mismo balneario. Sobra decir que estas funciones son llevadas a cabo por el mismo gobierno municipal a través de la Dirección General de Desarrollo Económico y Turismo de Ixtapan de la Sal.

Por otro lado, existe una relación de tipo orgánica, dicha relación se da entre gobierno municipal, los actores primarios y los actores secundarios, esta relación es indirecta y funciona de la siguiente manera. A partir de 2015, cuando el municipio adquirió etiqueta de pueblo mágico, la difusión del municipio se hace con recursos federales provenientes de la secretaria de turismo, a través de publicidad en distintos medios como televisión nacional e internacional, radio, internet, redes sociales etc. A su vez estos recursos federales también se utilizan para el mejoramiento de imagen de la localidad, como remodelaciones constantes de calles, alumbrados, y de la plaza municipal etc. A partir de lo anterior, surge la relación entre gobierno municipal y el resto de los actores, puesto que todas las partes consideran que, a través de la difusión y venta del municipio, todos salen beneficiados. El responsable de turismo en la localidad lo expresa con estas palabras, al ser preguntado si existe alguna relación entre el gobierno municipal y el sector hotelero:

“Apoyo económico no, el único apoyo que les damos es promocional, difundimos el municipio en los diferentes medios que ya te dije y pues al final de cuentas los hoteles, así como el parque acuático son los que salen beneficiados porque son visitados”

Por su parte el gerente general del Hotel Misión San José comento algo similar:

“Pues no sé si se pueda decir apoyo promocional, porque ellos venden el municipio a través de medio electrónicos y redes sociales, eso lo da Sectur del Estado de México y eso de alguna forma nos beneficia a todos los hoteles porque al visitar al municipio, nos visitan a nosotros y hacen uso de los servicios que ofrecemos”

Por otro lado, no se identificó relación específica entre el gobierno municipal y el parque acuático, ya que el parque tiene capacidad de difusión y venta a través de sus propios medios, sin ayuda de alguna institución gubernamental

4.4 Problemas que enfrenta el turismo

A partir del trabajo de campo y las entrevistas con los principales responsables de las actividades turísticas en el municipio, pudimos identificar algunos problemas. Aunque los relatos de los entrevistados son diversos, coinciden en algunos puntos:

Calidad de los servicios. Otro problema identificado y en donde varios de nuestros entrevistados coincidieron es que a pesar de la gran cantidad de hoteles que hay en la localidad, la mayoría de ellos no tienen la infraestructura suficiente para dar un servicio de calidad. Incluso nuestros entrevistados nos comentaron que varios de estos hoteles están en pie desde que Ixtapan comenzó a formarse como centro turístico y no han recibido remodelación alguna, es decir son hoteles viejos y dan una mala imagen, lo que da como resultado un mal servicio y que la gente no se hospede en ellos. Aquí las palabras de dos de nuestros entrevistados respecto al tema

“...otro problema y volviendo con los hoteles es que a pesar de la gran cantidad que hay en el municipio, como te dije hace rato muchos de ellos son viejos, han de tener como unos cincuenta años y el hecho que estén viejos, hace que a la gente no se les

hacen atractivos para hospedarse porque les falta mantenimiento, infraestructura, más servicios que el simple hospedaje”

“El centro motor turístico en Ixtapan de la Sal, es sin duda el parque, pero los demás servicios dejan mucho que desear, por ejemplo la mayoría de los hoteles, restaurantes y establecimientos están casi casi desde que Ixtapan empezó a crecer como centro turístico es decir son negocios viejos y no dan una buena imagen a Ixtapan”

La solución a este problema anterior es difícil de solucionar, pues así lo menciona el responsable del turismo en la localidad

“...el otro problema lo considero un poco más complicado porque ya depende de cada dueño hotelero de mejorar su propio servicio”

En este sentido, resalta la falta de interés por parte de la gran mayoría de los dueños hoteleros en mejorar su servicio, y obtener beneficios. Esta falta de interés se ve reflejada en la desintegración de la sociedad de dueños hoteleros a la que se hizo referencia en páginas anteriores. Es más, tal es el desinterés que algunos dueños hoteleros piensan que dicha sociedad aún sigue en pie, mientras que otros creen que nunca hubo una asociación.

Oferta de entretenimiento deficiente. Otro problema identificado es la falta de opciones de entretenimiento, es decir falta de organización de eventos culturales, ferias artesanales entre otros (por parte del gobierno municipal). Según las palabras del gerente de operaciones del parque acuático, la mayoría de los pueblos mágicos, ofrecen este tipo de eventos con el fin de ampliar su abanico de opciones de entretenimiento de los turistas. Según este entrevistado, la realización de eventos de este tipo es un gran atractivo para la gente que visita los pueblos mágicos:

“...los negocios que están más o menos de buen ver son pocos, a esto aumentale que ya somos pueblo mágico y en el centro municipal nos hace falta hacer más eventos de artesanías, de bailes, de comida regional, eventos más culturales, nos faltan establecimientos de plata, eso atrae mucho a los turistas, te digo tenemos poca actividad adicional que ofrecen otros pueblos mágicos, he tenido la oportunidad de estar en varios y si en comparación con ellos no falta mucho por atender”

Por ultimo un problema que se logró identificar y esto incluye a todos los establecimientos entrevistados es que nivel de organización interna, todos perciben falta de interés o de compromiso por parte de sus trabajadores para hacer sus labores, se puede inferir que esta falta de compromiso se debe a la falta de capacitación previa para realizar el trabajo, un contrato de trabajo seguro etc. , según nuestros entrevistados esta falta de compromiso se ve reflejado muchas veces en el mal trato al cliente y que da como resultado que este último no vuelva.

“Mira el mayor problema que nos encontramos en el hotel, es básicamente es la actitud del empleado hacia lo que es el trabajo, no tanto de flojera sino como de un poco de falta de responsabilidad, un poco de falta de compromiso hacia la empresa, hacia el mismo empleo, porque a veces no entienden que su granito de arena es un....englobala, así un ladrillo grande y no le ponen la atención que deben ¿Cómo lo atacamos? Lo atacamos con...siempre lo atacamos con.....hacemos mucho hincapié en darles la importancia que ellos tienen, hacerles a entender cuál es la importancia que ellos tienen en la empresa para que puedan responsabilizarse más y entender más que lo que ellos hacen, aunque sea barrer, es muy importante para el hotel”

“...la mayoría (de los trabajadores) son eventuales, no cuentan con contrato y por lo mismo les hace falta más compromiso, más responsabilidad y siento que se resolvería asegurándoles más el trabajo con un contrato o con incentivos económicos”

La limpieza de las calles. El responsable de la actividad turística en el municipio nos comentó que uno de los grandes problemas que enfrenta el municipio es la concientización sobre el tirar basura en las calles, pues desafortunadamente la población local no tiene esta cultura ecológica y esto se ve reflejada en una mala imagen del municipio. Esta mala imagen repercute directamente en el turismo, pues al tener mala imagen la gente deja de ir a Ixtapan de la Sal. El entrevistado nos dijo lo siguiente respecto al problema:

“Pues algo que hemos de erradicar por completo es la inconciencia de la gente de que a veces siguen tirando basura en la calle, les falta hacer conciencia sobre su comportamiento, vamos, no hay una buena cultura ambiental, si se le puede llamar así, y eso al final de cuentas afecta a todo el municipio porque la gente deja de visitarnos (...) mira el problema de tirar basura se busca solucionar como siempre, con

campañas de concientización de limpieza, poniendo en la calle mensajes y más botes de basura...”

A pesar de estos problemas identificados por parte de los entrevistados, el turismo en Ixtapan ha crecido y lo sigue haciendo como un gran centro turístico. Incluso los mismos entrevistados aseguran que Ixtapan de la Sal tendrá un crecimiento del 200% en los próximos años y que a su vez consideran que un periodo corto será el pueblo mágico más visitado (y el mejor) en el estado de México, aquí los relatos de nuestros entrevistados al preguntarles sobre el futuro de la actividad turística en el municipio.

“A Ixtapan de lo imagino como el primer lugar en pueblos mágicos y ni se diga dentro del estado, siento que seremos el mejor pueblo mágico porque tenemos mucho potencial y vamos a trabajar para ello”

“Pues como el municipio número uno en el estado de México que ofrece el mejor turismo, (...) lo veo como el mejor (pueblo mágico) y el más visitado en la república mexicana”

Conclusiones

A lo largo de esta tesina se ha reiterado varias ocasiones que Ixtapan de la Sal se comenzó a desarrollar como un centro turístico a partir del turismo de salud, sin embargo existen pocos actores que ofrecen este tipo de turismo si tomamos en cuenta a todos los actores turísticos que hay en la localidad y el tipo de servicio que ofrecen. El que sean pocos actores nos hace reflexionar acerca de las relaciones que hay entre ellos, pues hubo dificultad para identificarlas y articularlas ya que las relaciones que se lograron identificar entre todos ellos, son relaciones débiles o coyunturales es decir relaciones que no ocurren frecuentemente, pues como se dijo durante el texto estas relaciones solo toman fuerza en temporadas altas cuando la demanda turística aumenta, en pocas palabras hacen falta argumentos para considerar que existe una red de relaciones más estructural entre todos los actores involucrados en la actividad turística. Lo anterior se ve reflejado en la falta de una sociedad de todos los actores, pues aunque ya la hubo es evidente que

su desintegración se dio gracias a que cada actor cuida sus intereses importándole poco los intereses de los demás, en pocas palabras existe una desunión y desinterés generalizado de todos los actores que conforman la planta turística de Ixtapan de la Sal. Por otra parte los problemas que se identificaron respecto a la actividad turística en el municipio, tienen que ver más con la infraestructura que con el turismo de salud como tal, es decir la infraestructura e instalaciones relacionadas al turismo como hospedaje y servicios de alimentación son relativamente viejas y pueden dar como resultado una mala calidad en los servicios prestados, pero a pesar de ello el turismo (de salud) ha crecido de forma importante en Ixtapan de la Sal. Por ultimo considero que el gobierno debe involucrarse más en el desarrollo de la actividad turística, pues creo que las labores que realiza como difusión y mejora de la imagen del municipio son insuficientes, en otras palabras y como lo mencionaron los entrevistados este actor es quien debe organizar y realizar eventos culturales, como festivales, ferias, etc., con la finalidad de ampliar el abanico de opciones turísticas, atraer más visitantes y aumentar los ingresos económicos en este rubro.

Capítulo V

Conclusiones.

El turismo es actualmente una de las actividades económicas, y quizá culturales, más importantes con las que puede contar un país, región o municipio. Desde sus inicios, dicha actividad ha sufrido bastantes cambios tanto en su práctica como entre quienes la practican, puesto que ha pasado de ser una actividad exclusiva a una actividad de “masas”. De hecho, la creación de nuevos centros turísticos ajenos al modelo de sol y playa se ha producido gracias a dicha masificación, que a su vez es el resultado de la industrialización que trajo consigo la reconstrucción y crecimiento de la economía desde los años sesenta del siglo pasado. Algunos de estos nuevos centros turísticos han sabido aprovechar sus elementos naturales, culturales, o históricos, para desarrollar su propia actividad turística, tal y como lo menciona Boullon (1997).

A lo largo de esta tesina, se ha reiterado, en varias ocasiones, que el turismo de salud (a través de los borbollones de agua termal) fue y es la base del crecimiento turístico en Ixtapan de la Sal. La práctica de dicho turismo también ha evolucionado, ya que éste antes sólo era practicado por gente de la tercera edad y hoy en día, sin embargo, es practicado por gente de todas las edades. La expansión del turismo de salud a diferentes grupos de edad ha sido y es un gran factor para el desarrollo y crecimiento de la actividad turística en el municipio. Sin embargo, el desarrollo de la actividad turística en Ixtapan de la Sal, como se ha visto en las páginas anteriores, estuvo condicionado por factores de carácter sociopolítico que hizo que la actividad turística decayera, debido básicamente a escándalos relacionados con el narcotráfico y la inseguridad. La consecuencia más notable de ello fue el declive del número visitantes en el municipio que a la postre ha comportado un declive en los ingresos económicos generados por el turismo. Sin

embargo, esta crisis ha sido superada, en parte, gracias a la incorporación del municipio al programa de “Pueblos Mágicos”, que no sólo ayudó a “limpiar” la imagen del municipio, sino que ha servido para consolidar a Ixtapan de la Sal como un gran centro turístico.

Cabe destacar, en este sentido, que la consolidación de Ixtapan como centro turístico se dio a partir de la transformación del balneario en parque acuático, que trajo consigo la práctica de otros tipos de turismo (pero mantuvo como base el turismo de salud) y un gran aumento de servicios como hospedaje, alimentos o transporte. Como se ha puesto de manifiesto en esta tesina, este tipo de servicios ha crecido de forma importante en cantidad, pero no así en calidad, lo cual se ve reflejado en que hoy en día, de los 64 establecimientos que brindan servicios de hospedaje, sólo tres son categoría cinco estrellas y uno de cuatro estrellas. El resto de los establecimientos que ofrecen servicio de hospedaje son de categoría que van una a tres estrellas, aunque existen otros que tienen etiqueta de clase económica y finalmente unos últimos que ni siquiera tienen etiqueta, por lo que se puede afirmar que, en su conjunto, los establecimientos hoteleros de Ixtapan no son de gran calidad.

Un factor que respalda lo anterior es que, como se mencionó en el capítulo anterior, los establecimientos de alta categoría son empresas franquicias que cuentan con un gran capital y siempre están innovando y mejorando sus instalaciones para dar un mejor servicio. En cambio, los establecimientos de menor categoría no cuentan con el suficiente capital para mejorar e innovar sus instalaciones. Estos últimos, que constituyen el grueso de la oferta, son establecimientos con instalaciones y mobiliario antiguos y obsoletos que los hace rezagarse en la actividad. Los problemas identificados en el municipio con referencia a su oferta turística están más relacionados con la antigüedad de la infraestructura turística, particularmente establecimientos hoteleros, que con la actividad turística de salud como tal. La resolución de dicho problema está en manos de los respectivos dueños de cada establecimiento puesto que sólo ellos pueden invertir sus recursos para dar mantenimiento a sus

establecimientos y a su vez dar un servicio de mejor calidad; tema que se ve un poco difícil de atender ya que existe desinterés por parte de los dueños de dichos establecimientos de querer mejorar sus establecimientos y por ende sus servicios. El otro problema identificado es acerca de la cultura ecológica, en donde el gobierno municipal debería hacer más hincapié y reforzar las campañas de limpieza para evitar que tanto los turistas como la gente local haga conciencia de lo que provoca el tirar basura en las calles que afecta, por lógica, a la actividad turística y a la imagen del municipio.

Volviendo al turismo de salud, ya se ha mencionado que este tipo de turismo es la base de crecimiento en Ixtapan de la Sal. Sin embargo, se han identificado pocos actores que ofrecen este tipo de turismo en cualquiera de sus modalidades. Las relaciones que existen entre cada uno de ellos son débiles, pues son relaciones “comerciales” que se hacen de “a palabra”. Sin convenio o algún tipo de contrato que los una. Además, estas relaciones sólo se hacen presentes en la temporada alta. En otras palabras, se da una desarticulación muy evidente entre todos los actores que ofrecen este tipo de turismo. Dicha desarticulación se debe a:

- a) Que los servicios que ofrecen cada uno de los actores van dirigidos a diferentes públicos con estratos sociales distintos, pues como se vio en el capítulo anterior los precios por hacer uso de los servicios (de turismo de salud complementario como masajes y spa) de las grandes cadenas hoteleras son altos que no cualquier turista puede pagar y, por otro lado, los servicios ofrecidos por el balneario municipal y parque acuático van dirigidos para gente de estrato social medio-bajo que sólo buscan un turismo de salud “básico” (aguas termales). En otras palabras, ninguno de los actores tiene que ver con el otro debido a que ofrecen cosas diferentes a públicos diferentes.
- b) Otro argumento es que cada uno de los actores involucrados ya se han hecho de su propia clientela, es decir, tienen clientela cautiva que tiende a repetirse incluso de generación en generación. En ese

sentido, cada actor cuida su propia clientela, sus propios intereses evitando cualquier tipo de relación con el resto actores.

La falta de articulación entre cada uno de los actores se ve reflejada en que el turismo en general en la localidad está fragmentado, resultando en una gran heterogeneidad en la calidad de los servicios prestados por cada actor. Por un lado, se encuentran las grandes cadenas hoteleras, cuyo servicio es de los mejores no sólo en Ixtapan de la Sal, sino en todo el Estado de México y, por otro lado, está el sector hotelero local, cuyos servicios son insuficientes, deficientes y precarios y sólo están para cubrir y conformarse con la clientela restante que los hoteles grandes y medianos no pueden atender. Derivado de ello, se afirma que existe un desinterés generalizado por parte de todos los actores que ofrecen este tipo de turismo para asociarse, mejorar y complementar la calidad de sus servicios.

A pesar de la diversificación de la actividad turística en el municipio, pensamos que la industria turística seguirá creciendo y desarrollándose aún más en torno al turismo de salud. De hecho, los datos más recientes, del año 2014, apuntan que, del total de los turistas que visitan Ixtapan de la Sal, el 64.92%, lo hacen por sus aguas termales y por actividades referentes al spa, hidromasajes o tratamientos de belleza (Anuario Estadístico del Estado de México, 2015). Si se mantiene esta tendencia, en un futuro, probablemente los servicios relacionados a este tipo de turismo crecerán de forma importante.

Por lado, el gobierno municipal se comporta más como un regulador o apoyador de la actividad turística, que como un agente activo. Consideramos que falta una mayor implicación, por parte del municipio, en la actividad turística que se podría vehicular a partir de la organización de eventos turísticos o culturales, con la finalidad de que éstos ayuden a seguir promoviendo y consolidando la actividad turística en el municipio.

A pesar de una cierta inactividad del municipio, cabe destacar que la promoción del turismo en Ixtapan de la Sal se ha convertido en una prioridad de las autoridades educativas de la región, puesto que actualmente existen cuatro escuelas de nivel medio superior que ofrecen la carrera técnica en turismo y una escuela de nivel superior que ofrece la licenciatura en turismo, con el objetivo de formar personas capaces de atender la demanda turística y elevar el nivel profesional de acuerdo a las tendencias del mercado turístico (Agenda de Competitividad de los Destinos Turísticos, 2013-2018). A su vez todo el sector hotelero y resto de los servicios apoya esta iniciativa dando empleo a los egresados de las instituciones ya mencionados y permitiendo que los estudiantes de la carrera en turismo hagan su servicio social en sus empresas, con la finalidad que los mismos estudiantes tomen experiencia en cuanto a la actividad turística.

En definitiva, el estudio de las actividades turísticas del sector salud en Ixtapan de la Sal ha puesto de manifiesto un potencial para el desarrollo del turismo en general en el municipio, que se ve lastrado por condiciones estructurales, como la falta de capital económico de los negocios, la falta de preparación o la desidia del gobierno municipal, pero que se ve favorecido por la dinámica histórica del sector salud en el municipio. Esto último parece que sirve, más bien, sin embargo, para la consolidación de un sector de turismo de salud de lujo, ofertado por las grandes cadenas hoteleras, totalmente desarticulado de una oferta orientada a un segmento de clase media-baja que hace uso de otro tipo de instalaciones (balneario y parque acuático).

Bibliografía

Agarwal, S. (2002), *La reconversión del turismo costero: el ciclo de vida del destino turístico costero*. Ed. Annals of Tourism Research en español.

Agarwal, S. (1997), *The resort cycle and seaside tourism: an assessment of its applicability and validity*. Ed. Annals of Tourism Research Tourism Management.

Álvarez, A. (1981), *Turismo y agricultura en Canarias. El Puerto de la Cruz en la isla de Tenerife*. Instituto de Desarrollo Regional. ULL. Santa Cruz de Tenerife.

Almirón Analía. (2004), *Turismo y espacio: Aportes para otra geografía del turismo*. GEOUSP - Espaço e Tempo, São Paulo.

Arillaga J. (1962), *Ensayos sobre el turismo*. México: ed. Diana.

Arizmendi, Luis (1999a), *Monografía Municipal Ixtapan de la Sal*. Gobierno del Estado de México, Asociación Mexiquense de Cronistas Municipales: Toluca, México.

_____ (1999b). *Ixtapan de la Sal y su promoción como centro turístico 1945-1995*. Tesis de Licenciatura Facultad de Turismo, UAEM: Toluca, México.

Arias, Esteban (2007), *Análisis del papel del turismo residencial en la cabecera municipal de Ixtapan de la Sal, Estado de México*. Tesis de Licenciatura Facultad de Turismo, UAEM: Toluca, México.

Astley, W. G & Fomburn, C. J. (1983), *Estrategia colectiva: Ecología social De los entornos organizacionales*. Academy of Management Review.

Becattini, G. (1979), "Del sector industrial, al distrito industrial, algunas consideraciones sobre la investigación de la economía industrial" - *Revista de Economía y Política*, vol. 1, pp. 7-14.

Bouillon, Roberto. (1997), *Planificación del Espacio Turístico*. 4a ed. -- México: Trillas.

Bhardwaj, S. M. and Stoddard, Robert, (1972), *Review of Spatial Organization: The Geographer's View of the World by Ronald Abler, John S. Adams, and Peter Gould*. Geography Faculty Publications.

Butler, R.W. (1980), *The concept of a Tourist Area Cycle of Evolutions: Implications for Management of Resources*. Canadian Geographer.

Chadefaud, M. (1987), *Aux origines du tourisme dans les Pays de l'Adour (Du mythe d'espace: un essai de géographie historique)*. Pau: Département de géographie et d'aménagement de Université de Pau et des Pays de l'Adour, et Centre de recherche sur l'impact socio-spatial de l'aménagement.

Christaller, W. (1966), *Central Places in Southern Germany*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey. (Translated by Carlisle W. Baskin).

Cooper, C. (1994), *The Destination Life Cycle: an Update*. Eds. Tourism. The state of the art. Brisbane, Wiley.

Cruz, Graciela. (2008), *El turismo como elemento de conflicto y acuerdo en las redes de política pública en Ixtapan de la Sal, Méx.* Tesis doctoral, El Colegio Mexiquense: Zinacantepec, Méx.

Cruz, Graciela. (2011), *La Reconfiguración turística de Ixtapan de la Sal, México, 1980-2010*. Ed. Universidad Austral de Chile.

Cruz, Graciela (2008), *¿Políticas públicas o acciones de gobierno turístico en Ixtapan de la Sal? El Caso de la Cocdetur. El Periplo sustentable. Espacio de análisis y reflexión sobre el turismo sustentable. México*. Universidad Autónoma del Estado de México.

Delgado, Manuel (1999), *El animal público, Hacia una antropología de los espacios públicos*. Barcelona: Editorial Anagrama, pp. 36-58.

Espinoza, Horacio. (2013), "El origen del proyecto turístico Cancún, México. Una valoración de sus objetivos iniciales a 42 años de su nacimiento". *LiminaR*, vol 11 no. 1 (en línea) http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-80272013000100011 (consultado, 16 de agosto de 2016)

Galán, José Luis, Casanueva, Cristóbal, Castro, Ignacio. (2010), "Las relaciones empresariales: una tipología de redes". *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, vol. 20, núm. 38, septiembre-diciembre, 2010, pp. 27-44. Universidad Nacional de Colombia Bogotá, Colombia.

García del Castillo, Rodolfo y Gaytán Olmedo, Soledad (2001), "Consejo consultivo para el desarrollo turístico de Ixtapan de la Sal: una experiencia exitosa de democratización de la administración pública municipal", en Cabrero, Enrique (coord.) *Innovación en gobiernos locales: Un panorama de experiencias municipales en México*, CIDE: México, pp. 45-61.

García, Jaime (2000), "Iztapan en el siglo XVI, Iztapan de la Sal". *Cuadernos Municipales, No. 16*, El Colegio Mexiquense: Zinacantepec, México pp. 31-70.

Gaytan, S. (2004), "El consejo consultivo para el desarrollo turístico de Ixtapan de la Sal". *Revista Paramo del capo y la ciudad; revista cuatrimestral, Año 2, Numero 6, Diciembre* María Soledad Gaytán Olmedo. 68 pp: 68-80.

Geosalud. (2016), [Propiedades de las aguas termales \(en línea\) http://www.geosalud.com/aguas_termales/aguas_termales.htm](http://www.geosalud.com/aguas_termales/aguas_termales.htm) (consultado el 12 de Noviembre del 2016)

[Gestiopolis. \(2016\), Historia del turismo \(en línea\) http://www.gestiopolis.com/breve-historia-y-desarrollo-del-sector-turistico-en-mexico/](http://www.gestiopolis.com/breve-historia-y-desarrollo-del-sector-turistico-en-mexico/) (consultado, 15 de Octubre de 2016)

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

Gobierno del Estado de México (2013), *Agenda de competitividad de los destinos turísticos*. Estado de México, (en línea) www.ipomex.org.mx/ipo/archivos/downloadAttach/124099.web (consultado, 15 de Octubre de 2016)

Gobierno del Estado de México (2016-2018), *Atlas de Riesgos de Ixtapan de la Sal*. Ixtapan de la Sal, México (en línea) http://ixtapandelasal.gob.mx/contenidos/ixtapandelasal/pdfs/Atlas_IxtapanZdeZlaZ_SalZ2016-2018.pdf (consultado, 15 de Octubre de 2016)

Gobierno del Estado de México. (2002-2003), *Plan Municipal de Desarrollo Urbano de Ixtapan de la Sal*. Estado de México (en línea) <http://seduv.edomexico.gob.mx/> (consultado, 2 de Noviembre del 2016)

Gobierno del Estado de México. (2000) *Plan de Desarrollo Municipal 2000-2003*. *Gaceta Ixtapan de la Sal*. Año. 1 Núm. 2 (en línea) 201.159.134.38/obtenerpdf.php?.../ESTADO/ESTADO%20DE%20MEXICO/TODOS%20LO (Consultado, 5 de noviembre de 2016)

Gobierno del Estado de México. (2000), *Código Financiero del Estado de México y Municipios*, México (en línea) <http://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/cod/vig/codvig007.pdf> (consultado, 2 de noviembre de 2016)

González, Alfonso (2004), "El anfitrión como actor social en el turismo. Reflexiones desde el caso de Ixtapan de la Sal, México". *Revista de Ciencias Sociales (cr)*, año/Vol. III, número 105. Universidad de Costa Rica: San José Costa Rica, pp. 155-168.

H. Ayuntamiento de Ixtapan de la Sal (2009), *Plan de Desarrollo Municipal 2009-2012*. *Ixtapan de la Sal, México*. H. Ayuntamiento de Ixtapan de la Sal (en línea) 201.159.134.38/obtenerpdf.php?.../ESTADO%20DE%20MEXICO/TODOS%20LO (Consultado, 5 de noviembre de 2016)

H. Ayuntamiento de Ixtapan de la Sal (2009b). *Dirección de Desarrollo Urbano y Planeación 2009-2012*. H. Ayuntamiento de Ixtapan de la Sal (en línea) <http://sedur.edomex.gob.mx/> (Consultado, 5 de noviembre de 2017)

H. Ayuntamiento de Ixtapan de la Sal (2007), *Coordinación Municipal de Asuntos Internacionales, Perfil Municipal de Ixtapan de la Sal, 2007*. H Ayuntamiento de Ixtapan de la Sal (en línea) 201.159.134.38/obtenerpdf.php?path=../../TODOS%20LOS%20MUNICIPIOS/...pdf .. (Consultado, 5 de Noviembre de 2017)

Hiernaux, Daniel. (1996), *Elementos para un análisis sociogeográfico del turismo*. en: Rodríguez Ballesteros, Adyr, compiladora, Turismo e geografía (reflexoes teóricas e enfoques regionais), Sao Paulo: Hucitec, pp.39-54.

Hiernaux, Daniel. (2003), *Mexico: tensions in the Fordist Model of Tourism Development*. Ed. Cities and Visitors, regulating people, markets and City Space, Blackwell Publishing, Oxford, Inglaterra, pp. 187-199.

Hovinen, G. R. (2002), "Revisiting the destination lifecycle model". *Annals of Tourism Research*, vol. 29.

Hovinen, G.R. (1982), "Visitor Cycles. Outlook for Tourism in Lancaster County". *Annals of Tourism Research*. Volumen 9, Número 4, Pergamon Press, New York.

INAFED (2010), [Enciclopedia de municipios y delegaciones de México \(en línea\) http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15040a.html](http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM15mexico/municipios/15040a.html) (consultado, 10 de Febrero de 2016).

INAFED (2010), Sistema Nacional de Información Municipal (en línea) <http://www.snim.rami.gob.mx/> (consultado, 5 de Noviembre de 2016)

INEGI. (1960), [Censo de población y vivienda 1960. México \(en línea\) http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/cpv1960/default.aspx](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/cpv1960/default.aspx) (consultado, 31 de Octubre de 2016)

INEGI. (2010), Catalogo de microrregiones. Ixtapan de la Sal (en línea) <http://www.microrregiones.gob.mx> (consultado, 27 de Noviembre de 2015)

INEGI. (2010), Censo de población y vivienda. México: Ixtapan de la Sal (en línea) www.censo2010.org.mx (consultado, 25 de Febrero de 2016),

INEGI (2010), Marco geoestadístico municipal (en línea) <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/datos-geograficos/15/15040.pdf> (consultado, 14 de Octubre del 2016)

INEGI (2010), Censos económicos generados de turismo en México (en línea) <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/tur/default.aspx> (consultado, 15 de Noviembre de 2017)

Jiménez, A. (1993), *Turismo, estructura y desarrollo*. México City. Mr. Graw-Hill

Lagiewski, M. (2006), *The application of the TALC Model: a literature Surveyen The tourism area life cycle*. En Butler, R, W. (Ed.): Applications and modifications, vol. 1. Clevedon, Channel View, 27-50

Lozato, Giotart, Jean Pierre, (1990), *Geografía del turismo: del espacio contemplado al espacio consumido*. Masson-España, Barcelona; cap. 1: “Diversidad y contrastes geográficos de los flujos de frecuentación turística” pp. 17-26 y cap.2: “Distribución geográfica de los grandes tipos de centros turísticos”, pp. 27-37.

Martínez, M. (1993), *Paradigma emergente, hacia una nueva teoría de la racionalidad*. México: Ed. Trillas

Martínez, Juan Manuel (1997), El esquema laboral del turismo en Ixtapan de la Sal. Tesis de licenciatura, Facultad de Turismo. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México

Massey, D. (2005), La filosofía y la política de la espacialidad: algunas consideraciones, en: L. Arfuch (comp.), *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*. Buenos Aires: Paidós.

Miossec, J. (1977), "L amage Touristique comme Introduction a la Geographie du Tourisme" *Annales de Geographie*. pp. 55-70

Mourão, M. (1997), *A água mineral e as termas: uma história milenar*. São Paulo: Ed. ABINAM - Associação Brasileira das Indústrias de Água Mineral.

OMT. (2015), [Organización Mundial de Turismo: Clasificación del turismo \(en línea\) http://www2.unwto.org/es](http://www2.unwto.org/es) (consultado, 12 de Noviembre de 2016)

Ortega Valcárcel, José (2000), *Los horizontes de la geografía*. Teoría de la geografía, Ed. Barcelona: Ariel, pp. 337-346

Osorio García, Maribel (2004), *Turismo de segundas residencias en México estudio de caso: Ixtapan de la Sal, Estado de México*. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México

Perrow, C. (1986), *Sociología de las organizaciones*. Madrid: McGraw-Hill.

Piña, Carlos (1989), *Sobre la naturaleza del discurso autobiográfico*, argumentos. Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, núm. 7, agosto, México, pp. 131-160

Pollock, A y Williams, P. (2000), *Health tourism trends: closing the gap between health care and tourism*. In: Gartner, W (Ed.). *Trends in outdoor recreation, leisure and tourism*. Cabi Publishing, pp. 165-173

Ramírez, M. (1998), *Teoría general de turismo*. México, Diana (1ra. ed., 1981)

Reyes, Norma y Rojas, Martínez Flor de María (2000), *Caracterización de la cultura turística en los municipios de Toluca, Ixtapan de la Sal y Valle de Bravo: concepción y práctica*. Tesis licenciatura, Facultad de Turismo, UAEM: Toluca.

Ricaurte, Carla (2001), *Turismo, sustentabilidad y gestión local en el municipio de Ixtapan de la Sal*. Tesis Maestría, Facultad de Turismo, UAEM: Toluca, México.

Salvador Antón Clavé y Fransesc González Reverté. (2008), *Al propósito del turismo la construcción social del turismo*. España: Editorial UOC

Sánchez, A. (2006), *Turismo de salud: situación actual y perspectivas de futuro*. Apuntes IX Master en Organización y Dirección Turística: Turismo de Salud. Ourense-Universidad de Vigo.

San José, C. (2003), *Curhoteles: el turismo de salud*. Cajasur, Universidad de Sevilla, Sevilla

Santos, Milton (1990), *Por una geografía nueva*. Madrid: Espasa Calpe, pp. 129-146.

Sánchez Teresa y Gutiérrez María. (2016), *Espacio y ocio: El turismo en México*. Ciudad de México: Atlantida Coll-Hurtado.

SCIAN (2016), [Catalogo clasificador de actividades \(en línea\)](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/102207/5.Catalogo_Clasificador_de_actividades_SCIAN_INAES2016.pdf)
[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/102207/5.Catalogo Clasificador de actividades SCIAN INAES2016.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/102207/5.Catalogo_Clasificador_de_actividades_SCIAN_INAES2016.pdf) (consultado, 24 de agosto de 2017)

SECTUR. (2010), *Clasificación de ciudades turísticas* (en línea)
<http://atlasturistico.sectur.gob.mx/AtlasTuristico/bienvenido.do>,
<http://www.gob.mx/sectur/> (Consultado, 28 de Enero de 2017)

SECTUR. (2013), *Anuario Estadístico y Geográfico Estatal* (en línea)
http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/MEX_ANUARIO_PDF16.pdf
(consultado, 15 de Noviembre de 2017)

SECTUR. (2013), *Censos económicos generados de turismo en México* (en línea)
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CensosEconomicos.aspx> (consultado, 15 de Noviembre de 2017)

Soares, J. C., Gandara, J. M. e Ivars, J. A. (2012), "Indicadores para analizar la evolución del ciclo de vida de los destinos turísticos litorales". *Investigaciones Turísticas*, vol. 3, 19-38.

Swan, J. A. & Newell, S. (1995), "El papel de las asociaciones profesionales". *Organization Studies*, vol. 16(5), pp. 847.

Uzzi, B. (1997), "Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness". *Administrative Science Quarterly*, vol.42(1), p.35.

Valenzuela, Ernesto (2009), *La construcción y evolución del espacio turístico de Acapulco Guerrero*. México. Universidad Nacional Autónoma de México.

Vera, J. Fernando (1997a), *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel; "La naturaleza del turismo", pp. 7-20.

Vera, J. Fernando (1997b), *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel; "Los espacios de destino turístico en un contexto de competencia territorial", pp. 233-261.

Vogeler R. y Hernández E. (2000), *El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.

Anexos

Guiones de entrevista

Guiones de entrevista para responsables de hoteles spa

Nombre del Hotel/Spa:

Hombre del entrevistado:

Fecha:

I. Datos generales del hotel/spa: origen y organización

- 1.- ¿En qué año se creó el hotel/spa?
- 2.- ¿Cuál es el motivo por el cual se creó el hotel/spa?
- 3.- ¿Qué categoría tiene su hotel/spa?
- 4.- ¿Con cuántas habitaciones contaba el hotel en un principio?
- 5.- ¿Cuántas habitaciones tiene el hotel actualmente?
- 6.- ¿Con que servicios de spa cuenta? ¿Cómo funciona el servicio de spa? ¿Cuál es la capacidad del spa?
- 7.- ¿Cuántas personas trabajan en el hotel/spa? ¿Cómo es el tipo de contrato de sus trabajadores? ¿Cómo se divide el trabajo entre sus trabajadores?
- 8.- ¿Qué deficiencias nota en su personal laboral? ¿Cómo resolvería dicho problema?
- 9.- ¿Qué porcentaje de los huéspedes hacen uso del spa?
- 10.- ¿Cuál es el perfil y la edad promedio de las personas que hacen uso del spa?
- 11.- ¿Cuál es el perfil y la edad promedio de los huéspedes?
- 12.- ¿Qué se ha hecho a través del tiempo para mejorar el servicio del hotel/spa?
- 13.- ¿Cuáles son los costos por habitación del hotel y por el uso del spa?
- 14.- ¿Cuenta con sistema de reservación?
- 15.- ¿Cuáles son los problemas que usted percibe dentro del hotel/spa?
- 16.- ¿Cómo solucionaría dichos problemas?
- 17.- ¿Cómo ha evolucionado la oferta de su hotel/spa?

18.- ¿Cómo ha evolucionado la demanda de su hotel/spa?

19.- ¿Cuál es el número de huéspedes que tiene en temporadas tanto bajas como altas?

20.- ¿Sabe usted los motivos por los cuales sus huéspedes visitan el municipio?

21.- ¿Qué opina de la oferta de spa/balneario en el municipio? ¿Cómo ubicaría su hotel en esa oferta, está por encima de lo que ofrece la mayoría?

II. Organización socioeconómica

22.- ¿Existe alguna relación entre su hotel/spa y otros hoteles que también ofrecen servicio de spa? ¿Cómo se originó la relación?

23.- ¿Existe alguna asociación de los dueños hoteleros?

24.- ¿Existe alguna relación entre el gobierno y el dueño o responsable de este hotel/spa?

25.- ¿Recibe algún tipo de apoyo por parte de alguna institución gubernamental para la promoción y difusión de su hotel/spa? Si es que la recibe ¿Cuánto recibe?

26.- ¿Quién regula el servicio de hospedaje y spa en el municipio?

Guion de entrevista para responsables municipales

Hombre del entrevistado:

Cargo municipal:

Fecha:

- 1.- ¿Qué opina del sector hotelero en el municipio? ¿Cómo ha evolucionado dicho sector?
- 2.- ¿Cómo se fomenta el turismo en la localidad?
- 3.- ¿Qué opina del sector spa/balneario? ¿Cómo ha evolucionado dicho sector?
- 4.- ¿Cómo se distribuyen los recursos municipales para el fomento y desarrollo del turismo en Ixtapan de la Sal?
- 5.- ¿El gobierno municipal tiene estipulado algún tipo de apoyo económico a hoteles o negocios relacionados con el turismo? ¿Qué tipo de apoyo? ¿Cree que dicho apoyo es suficiente?
- 6.- ¿Qué problemas piensa usted que enfrenta el turismo en el municipio?
- 7.- ¿Como los solucionaría?
- 8.- ¿Podría hablarnos del balneario municipal? ¿Qué problemas percibe usted en la administración del balneario? ¿Cómo lo solucionaría?
- 9.- ¿Cuántas personas trabajan en el balneario municipal? ¿Cómo se divide el trabajo entre los trabajadores? ¿Cómo es el tipo de contrato de los trabajadores del balneario municipal?
- 10.- ¿Cuáles son los costos del balneario municipal?
- 11.- ¿Que deficiencias percibe usted en el personal del balneario municipal?
- 12.- ¿Cuál es el perfil y edad promedio de las personas que visitan el balneario municipal?
- 13.- ¿Que se ha hecho para mejorar el servicio prestado por el balneario municipal?
- 14.- ¿Cómo ha evolucionado la demanda y la oferta del balneario municipal?
- 15.- ¿Cómo ha evolucionado el número de visitantes del balneario municipal? ¿Cuál es el número de personas que hacen uso de las albercas termales?

16.- ¿Cuáles son los ingresos del balneario municipal?, ¿Cuál es el destino de dichos ingresos, en que se utilizan?

17.- ¿Cuántos establecimientos que prestan servicio de agua termal, hay en el municipio? ¿Existe alguna relación con los dueños de esos establecimientos?

18.- ¿Qué tipo de turismo cree usted que es el predominante en Ixtapan de la Sal?

19.- ¿Cómo ha evolucionado la demanda turística en Ixtapan de la Sal?

20.- ¿Cómo se imagina el turismo en Ixtapan de la Sal en un futuro?

21.- ¿Qué cambios ha percibido en Ixtapan de la Sal?

Guiones de entrevista para responsables del parque acuático

Hombre del entrevistado:

Fecha:

- 1.- ¿En qué año se creó el parque acuático?
- 2.- ¿Qué cambios ha sufrido el parque acuático?
- 3.- ¿Cuántas personas trabajan en el parque acuático? ¿Sus trabajadores cuentan con contrato?
- 4.- ¿Qué deficiencias percibe en el personal del parque acuático? ¿Cómo solucionaría estas deficiencias?
- 5.- ¿Cómo ha evolucionado el número de visitantes del parque acuático?
- 6.- ¿Qué se ha hecho para mejorar el servicio del parque acuático?
- 7.- ¿Cuál es el perfil o edad promedio de las personas que visitan el parque acuático? ¿Y de las personas que hacen uso de las aguas termales?
- 8.- ¿Cuáles son los problemas que percibe dentro del parque acuático? ¿Cómo los solucionaría?
- 9.- ¿Tiene alguna relación con otros propietarios de negocios relacionados con el turismo?
- 10.- ¿Cuáles cree que son los problemas que enfrenta el turismo en el municipio? ¿Cómo lo solucionaría?
- 11.- ¿Qué tanto sabe acerca de la historia del turismo en Ixtapan de la Sal?
- 12.- ¿Qué tipo de turismo cree usted que es el predominante en Ixtapan de la Sal?
- 13.- ¿Cómo ha evolucionado la demanda turística en Ixtapan de la Sal?
- 14.- ¿Cómo se imagina el turismo en Ixtapan de la Sal en un futuro?
- 15.- ¿Qué cambios ha percibido en Ixtapan de la Sal?