

Reseña

Atlas de Turismo Alternativo en la Península de Yucatán

Directores científicos y Coordinadores: Ana García de Fuentes, Samuel Jouault y David Romero.

Edición 2015. Mérida: Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional, Unidad Mérida, México.

**Revisado por
Rocío del Carmen Serrano Barquín***

*Profesora-Investigadora de la Universidad Autónoma del Estado de México
Email: rocioserba14@gmail.com

El Atlas de Turismo Alternativo en la Península de Yucatán es el resultado del trabajo colaborativo de un equipo multidisciplinario que se dio a la tarea de realizar un censo de las diversas empresas que ofrecen servicios turísticos de carácter alternativo; este equipo estuvo liderado por la Dra. Ana García de fuentes, Samuel Jouault y David Romero. El trabajo colaborativo favoreció la reflexión y discusión desde una perspectiva multidisciplinaria, lo que permitió enriquecer la visión geográfica, propia de este tipo de documentos, con las aportaciones de la antropología, la biología, la ecología, el turismo y la economía. Para identificar a las empresas objeto de estudio, partieron de un análisis previo sobre los conceptos de las distintas modalidades del turismo; así como de las características a investigar. De esta forma, definen al turismo alternativo como aquél que comprende las actividades propias de las empresas sociales que ofrecen los servicios turísticos y en el que se incorporan los conceptos de ecoturismo, turismo de bajo impacto, turismo de naturaleza,

turismo sustentable, turismo responsable, turismo rural, turismo cultural, entre otros.

Además de la excelente calidad gráfica del libro y de los mapas que ahí se muestran, es importante destacar el contenido explicativo de cada tema tratado, que sin ser excesivo es suficiente para dar una visión completa que sirve al lector para comprender los fenómenos analizados. Como indican los autores "Este Atlas permitirá a los actores del sector académico, el sector público y el propio sector social representado, conocer la importancia de esta actividad en la península, sus logros, problemáticas y perspectivas, su relación con el sector privado, el papel de la política pública y los diversos tipos de financiamiento relacionados con su desarrollo y mercado, entre otros aspectos". Cabe destacar que el Atlas llena un vacío de información que es de utilidad, no sólo a los lectores locales, sino que a los estudiosos del turismo en el ámbito nacional e internacional; ya que, a más de contener información relevante sobre el fenómeno, es un ejemplo a seguir por la rigurosidad metodológica y técnica en el diseño y generación de conocimiento que se plasman en el texto reseñado.

En cuanto a los aspectos metodológicos, es importante mencionar que el trabajo de campo que se llevó a cabo para recolectar información primaria fue exhaustivo, al encuestar a la totalidad de las unidades identificadas como empresas sociales oferentes de servicios turísticos, obteniendo 153 cuestionarios censales. En los anexos se incorporan las tablas con las 102 empresas de turismo alternativo de economía social en operación, las 16 empresas de turismo alternativo de economía social que no habían iniciado operaciones en la fecha del levantamiento del censo, las 48 empresas de turismo alternativo de economía social que dejaron de operar, las 93 empresas privadas de turismo alternativo y las 10 empresas gestionadas por el Estado. La información recabada se vació en dos bases de datos, la primera para el análisis estadístico de los resultados de todos los temas y, la segunda, para diseñar y construir la base estadística para elaborar digitalmente los mapas en el Sistema de Información Geográfica (SIG). Los mapas presentados representan la síntesis e integración de los datos recabados y de la información contenida en las fuentes cartográficas utilizadas, lo que le proporciona al lector una

fuentes confiables de información, plasmada con un lenguaje cartográfico accesible y adecuado. Otra característica digna de comentar, es que los mapas, además de mostrar las temáticas a las que alude el título, permite al lector leer los mapas como textos, entender la información vertida por el autor; es decir, como los mapas se diseñaron bajo un modelo de comunicación inferencial, facilita el análisis y la interpretación de acuerdo al contexto de quien lo “lee”.

El Atlas está organizado en dos grandes apartados, en función de los tres tipos de mapas que los integran; así, se elaboraron mapas generales, regionales y específicos, de acuerdo a la escala y al fenómeno representado. Un primer producto de la interpretación de los mapas generales fue una regionalización del turismo de economía social, bajo los criterios de polarización que identifica una ciudad central o polo organizador de las actividades, en este caso turísticas. Otro elemento considerado fue la evolución histórica de las regiones, con lo cual se aporta un fundamento cultural al estudio realizado.

La primera parte del Atlas está constituida por cinco capítulos. En el primero, “Proceso histórico de turistificación del territorio peninsular”, se expone el contexto natural y socioeconómico de la península de Yucatán como escenario en el que se lleva a cabo este proceso histórico de turistificación. En el segundo, “Turismo alternativo y economía social”, se presenta la discusión, resumida, a la que llegaron los expertos en torno a las posibilidades de desarrollo de una economía solidaria en el contexto turístico, considerando las condiciones en que laboran estas empresas; la relación de las empresas con las políticas públicas, en cuanto al tipo de financiamiento y capacitación recibida por las mismas; la tenencia de la tierra y los vínculos con el mercado (llegada de turistas y su origen). En el capítulo 3, “Turismo alternativo y conservación ambiental”, se analiza este tipo de turismo como agente para la conservación de la naturaleza, fundamentalmente en áreas naturales protegidas, destacando las principales estrategias de las empresas estudiadas. En el capítulo 4, “Tipologías desde el punto de vista de la oferta”, se muestran los cinco tipos de oferta, distinguiendo las empresas privadas de las sociales; se analizan los recursos naturales y culturales comercializados en los que se basa la oferta, así como los servicios ofertados y las actividades que

podrían realizar los turistas. En el quinto y último capítulo de esta primera parte, “Estrategias de mercado y comercialización”, se reconocen los mecanismos de promoción de las empresas, la vinculación con las agencias de viaje y turoperadores y el establecimiento de cadenas productivas.

La segunda parte del libro se integra por las ocho regiones en las que se dividió la península: Norte de Quintana Roo, Cancún-Riviera Maya y su traspaís, Sur de Quintana Roo, Calakmul, Campeche, Carmen, Mérida y Costa Occidental de Yucatán y Tizimín y Costa Oriente de Yucatán. En cada una de las regiones se presenta una panorámica general de las principales características históricas y demográficas en las que se desarrolla la actividad turística y que permiten contextualizar la situación de las empresas. Los autores terminan con las conclusiones, en las que destacan que el turismo alternativo se lleva a cabo en diversos escenarios, tanto a nivel de las regiones de la Península de Yucatán como al interior de cada una de ellas, resultado de las políticas públicas implementadas en las últimas décadas y que no distinguen la gran variedad natural y cultural del país, lo que explicaría los contradictorios resultados obtenidos, en algunos casos exitosos y en otros de rotundo fracaso. También hacen un recuento de los principales hallazgos y plantean los problemas más relevantes, desde los aspectos económicos y de organización comunitaria, hasta los derivados de fenómenos naturales extremos. En el último apartado, se presentan los anexos con las cuatro tablas que contienen la información desglosada de las empresas censadas y la lista de acrónimos.

Finalmente, sólo me queda invitarlos a realizar una lectura detallada de este Atlas para conocer la información, aprender de este importante documento y reflexionar sobre los resultados presentados para iniciar nuevas investigaciones que permitan encontrar soluciones a los problemas detectados o fortalecer aquellas situaciones que representan oportunidades de desarrollo para las empresas y comunidades anfitrionas.