

Estructura territorial del turismo en la Zona Metropolitana de Monterrey, México

Álvaro Sánchez Crispín*
Álvaro López López*
Enrique Propin Frejomil*

Recibido: 1 de diciembre de 2004
Aceptado en versión final: 4 de diciembre de 2004

Resumen. Este trabajo tiene como objetivo central revelar la estructura territorial de la actividad turística contemporánea en la capital del estado de Nuevo León, ciudad cuya dinámica económica ha estado siempre ligada a la expansión constante de la industria y los servicios. Este proceso ha traído consigo, en forma no intencional, la existencia de una infraestructura que ha favorecido el crecimiento del turismo. Hay cuatro secciones básicas en el trabajo: *a)* la referente al lugar que Monterrey ocupa en la jerarquía turística de México; *b)* la parte más extensa del escrito explica la base natural y cultural sobre la que se ha promovido la actividad turística en los últimos años; *c)* la que contiene los resultados de la encuesta a partir de los cuales se revelan los rasgos territoriales notables del turismo regiomontano, y *d)* la parte final expone algunas ideas concluyentes que apuntan a predecir un crecimiento del turismo en Monterrey, en el futuro mediano.

Palabras clave: Grandes ciudades, turismo, Monterrey, México.

Territorial structure of tourism in the Metropolitan Area of Monterrey, Mexico

Abstract. This paper deals with the issue of the territorial pattern of tourism in Monterrey, the third largest Mexican city, where manufacturing and associated services have always lead the expansion of the urban economy. It is assumed that due to the existence of ready available infrastructure, the increasing of those services has unintentionally sparked off the growth of the tourism economy. The text is divided in four parts: *a)* the position of Monterrey within the Mexican tourist hierarchy; *b)* the description of both natural and cultural resources that make up the platform upon which tourism is being promoted; *c)* the assessment of the most significant survey-questionnaire results from which the essentials of the territorial features of tourism in this part of Mexico were found; *d)* final considerations regarding the promising future of tourism in Monterrey.

Key words: Large cities, tourism, Monterrey, Mexico

*Instituto de Geografía, UNAM, Circuito Exterior, Ciudad Universitaria, 04510, Coyoacán, México, D. F.
E-mail: asc@igiris.igeograf.unam.mx; alopez@igiris.igeograf.unam.mx; propinfrejomil@yahoo.com

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las grandes ciudades son un destino preferido por el turismo nacional e internacional. La causa fundamental de este proceso es la oferta de un bagaje cultural importante, del que estos núcleos disponen, y que está constituido alrededor de la organización de espectáculos, la celebración de congresos científicos, la realización de encuentros deportivos, la manifestación de tendencias artísticas particulares y la posibilidad de asistir a exhibiciones de diverso tipo, en inmuebles especializados como los museos. La infraestructura física que soporta y atiende esta demanda turística necesita estar en constante mejoría y renovación, con el fin de que estas ciudades sean exitosas dentro de un mercado globalizado muy competido. En esta forma, es que se explica, por ejemplo, el empeño por renovar distintas zonas al interior de la trama urbana para hacerlas atractivas para el turismo. Todo esto contribuye a conformar el elemento vertebral sobre el que se promociona esta actividad en entornos ciudadanos: la *originalidad* del producto ofertado, que permite a estas ciudades anclar y sostener una posición de privilegio en el mercado turístico nacional e internacional. En consideración de lo anterior, la preocupación fundamental de este trabajo es revelar cómo Monterrey, una Ciudad de México con más de tres millones de habitantes, ha logrado conformar estructuras territoriales reconocibles, articuladas alrededor de la presencia de recursos naturales y culturales específicos, que han soportado, en los últimos años, una expansión, relativamente importante, de la actividad turística.¹

Desde principios del siglo pasado, la parte esencial de la economía de Monterrey se halla sostenida por la industria y los servicios asociados con ésta. Es en este contexto que se debe entender la disponibilidad de infraestructura de comunicaciones y alojamiento, servicios bancarios y financieros, así como de comercios de todo género en esta ciudad. En los últimos

dos decenios, esta peculiaridad de la capital de Nuevo León ha sido aprovechada, por diferentes actores, para promover el turismo en esta parte de México. Las comunicaciones son aceptables tanto al interior del país como hacia el exterior, a Estados Unidos, fundamentalmente. La calidad del hospedaje ofrecido es mayor que en otros núcleos turísticos de México. La variedad de comercios y otras actividades ligadas con el sector servicios es amplia y muy demandada por visitantes y turistas. Tales circunstancias han favorecido que la economía turística local, basada y promocionada en forma sustancial en la existencia de recursos de tipo natural, que *se encuentran fuera de la trama urbana, a distancias relativamente cortas y con accesibilidad adecuada*, puedan ser aprovechadas e impulsadas en distintos ámbitos. Así, se ha originado una particular forma de estructura territorial del turismo urbano constituida por dos elementos básicos: primero, el mismo espacio citadino donde se encuentran enraizadas la infraestructura de diverso tipo y la oferta de servicios y comercios, demandados y consumidos por la economía del turismo y, segundo, la presencia de atractivos naturales que soportan a ésta, ubicados en su zona de influencia económica inmediata.

El turismo urbano es un tema de investigación cuya parte conceptual y metodológica ha sido abordada por distintos autores (Law, 1994; Page, 1995 y Selby, 2004) y del que hay evidencia empírica, emanada de estudios sobre ciudades relativamente grandes, como Brasilia (Cidade, 1999), Singapur (Teo and Yeoh, 1997) y Las Vegas (Shaw y Williams, 2004). Uno de los puntos centrales en estas investigaciones se refiere a la doble actuación del núcleo urbano en la economía turística, en las escalas global y local. En cuanto a la primera, la evidencia procede del papel de éste como nodo que se liga al resto del mundo mediante la estructuración de redes de capital y fuerza de trabajo y la generación de flujos de bienes e información; en el ámbito local, la

ciudad está diferenciada por su *singularidad* derivada de un escenario geográfico-físico de acogida único y de una cultura distintiva, en especial si ésta se refiere a la existencia de sitios históricos o que forman parte del Patrimonio Cultural de la Humanidad (Chang y Huang, 2004).

La naturaleza global-local de este tipo de ciudades fue tomada en cuenta para la realización de este trabajo; así, en las líneas siguientes, se caracteriza a la Zona Metropolitana de Monterrey (ZMMY) como una aglomeración urbana *única*, por sus propios rasgos naturales y culturales (lo local), y *articulada*, mediante la práctica de la actividad turística, relacionada con otros lugares, tanto de México como del resto del mundo (lo global); tal dualidad se adosa a la imagen sugerente y singular que Monterrey ha logrado formar, que provoca el arribo constante y sostenido de personas interesadas en visitar y permanecer unos días en esta urbe. Se añaden a esta forma de examinar el turismo en Monterrey, los preceptos del modelo de articulación espacial del turismo propuesto por Hiernaux (1989), que señala tres aspectos básicos para la explicación del arraigo territorial de esta actividad económica en un lugar: la existencia y estructura de un núcleo (en este caso la ZMMY), los flujos generados por tal presencia y los actores interesados en promover y consumir la oferta local de productos y servicios turísticos. Este modelo de análisis ha sido ya aplicado en estudios de Geografía del turismo en otras ciudades del país, entre ellas Los Cabos (López, 2001), Ciudad Juárez (Gallegos y López, 2004) y Tijuana (Carmona, 2004).

En el orden metodológico, la actividad turística en grandes ciudades, y debido al tamaño de la población implicada, el número de turistas, por abultado que sea, puede pasar inadvertido y tener, en apariencia, pocas repercusiones sobre el ámbito urbano lo que, en consecuencia, haría pensar que el turismo no es un hecho evidente o importante (Mathieson y Wall, 1992). En este contexto, hay que indicar

que en tales escenarios existe el problema de poder diferenciar en forma clara lo que es la recreación (actividad que gira en torno a quienes ocupan su tiempo libre en un lapso menor de 24 horas y que, por lo general, son originarios de la propia localidad) y el turismo propiamente dicho (personas que no son de la localidad y que permanecen más de 24 horas en ese lugar) que, en el caso específico de ciudades muy pobladas, está asociado con viajes de fines de semana, por negocios o por asistencia a congresos o conferencias. Esta situación es de relevancia porque la dinámica propia de la economía urbana favorece la generación de infraestructura y servicios enfocados a satisfacer necesidades de la población local pero que, al mismo tiempo, el turismo puede presionar por el uso de tales facilidades; esto obscurece, desde el punto de vista metodológico, la posibilidad de distinguir en forma clara, por un lado, entre turistas y quienes no son y, por el otro, la demanda diferenciada de satisfactores en el mismo territorio, de la gran ciudad.

Monterrey como destino turístico y su posición en la jerarquía nacional

Aunque en la actualidad el gobierno de México fomenta, en mayor medida, la expansión del turismo con base en la promoción del binomio sol-playa, tanto en escenarios tropicales como semiáridos, en el país existen otros lugares con un potencial turístico basado en atributos, naturales y culturales, distintos a los que dan vida a Cancún, Los Cabos o Puerto Vallarta. Entre ellos se pueden mencionar los pequeños asentamientos humanos en Oaxaca y Veracruz desde donde se promocionan nuevas formas de hacer turismo, de menor impacto sobre el lugar de acogida, como el *trekking* o el *rafting*; también se pueden indicar los sitios en zonas áridas del norte de México donde se desarrollan actividades que tienen que ver con el avistamiento de flora y fauna locales y la apreciación de la bóveda celeste nocturna, como en el

caso de Mapimí, Durango (Sánchez-Crispín, 2001). Finalmente, hay que destacar la presencia de los grandes centros urbanos en los que se desarrolla una actividad turística de relevancia, como Monterrey, tercera ciudad del país por el número de habitantes, con una economía industrial y de comercio-servicios de primer orden en la jerarquía nacional.

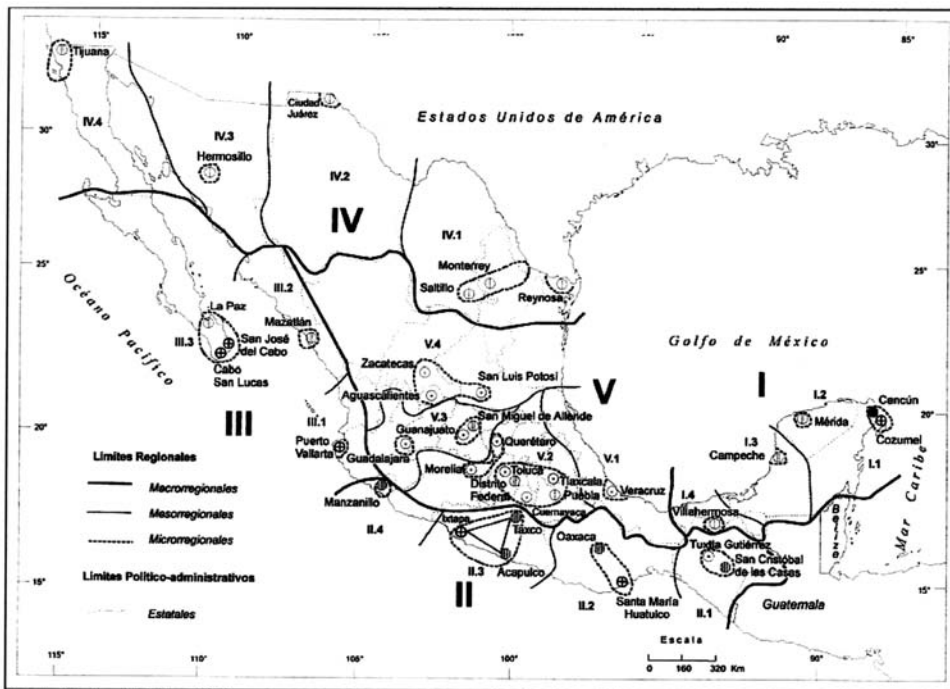
No obstante la pertinaz tendencia por respaldar y promocionar los sitios de playa, en los últimos años se ha hecho un esfuerzo por diversificar la oferta del mercado turístico mexicano, dirigido a atraer tanto la atención de extranjeros como de mexicanos. En el último quinquenio, la Secretaría de Turismo (SECTUR) ha incrementado su atención a otro tipo de lugares y áreas, a través de programas ya existentes como *Frontera Norte y Mundo Maya* u otros nuevos como *Pacífico, Tesoros Coloniales, En el Corazón de México y Ruta de los Dioses*. Éstos, además de incluir sitios específicos hacia los que se quiere que el turismo llegue, también se basan en la promoción de estados completos. Las tres ciudades más pobladas del país quedan inscritas en programas relevantes de la SECTUR: la Ciudad de México en *El Corazón de México*; Guadalajara en *Pacífico* y Monterrey en *Frontera Norte*. En forma paralela, y como categoría de recopilación de información estadística, la SECTUR continúa con el manejo del concepto *Grandes Ciudades*, donde quedan inscritas las tres primeras urbes del país, por la cantidad de personas que en ellas vive: la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, conjunto al que se suman Puebla, León y Mérida.

Las ciudades más pobladas de México conforman un tipo especial de producto turístico que puede ser promovido y vendido tanto en el mercado interno como en el exterior. Sin embargo, diversos problemas limitan su impulso: inseguridad urbana, crecimiento del comercio informal, transporte público poco eficiente, cartografía promocional turística prácticamente inexistente, no atractiva y poco informativa, entre otros. La ocupación ilegal

del espacio, en los centros históricos de estas ciudades restringe a la actividad turística, tanto en términos de espacio como de tiempo de visita, dentro de los cascos viejos. En consecuencia, al interior de estas aglomeraciones urbanas se llegan a conformar *islotas de seguridad* donde los turistas pueden disfrutar en ambientes *asépticos*, por ejemplo, la zona de Santa Fé, en la Ciudad de México y el municipio de San Pedro Garza García, en Monterrey. Esto tiene como consecuencia que sólo partes muy específicas de la trama urbana sean visitadas.

Una distinción clara de las regiones y sitios turísticos mexicanos de importancia se puede obtener a partir de los resultados de investigación aparecidos en dos trabajos que presentan tipologías de áreas y lugares con esta actividad en México (Propín y Sánchez, 1997 y 2002); en ambos se expone la variedad territorial jerarquizada del turismo del país (Figuras 1 y 2). De acuerdo con lo hallado, los centros turísticos mexicanos que destacan en los ocho tipos revelados son: Cancún, Cozumel y Los Cabos, todos centros de playa, que han sido los sitios predilectos de distintos regímenes presidenciales, desde Echeverría hasta Zedillo, en cuanto se refiere a una atención preferente que ha favorecido la inversión en la construcción de infraestructura, tanto hotelera como de comunicaciones, lo que, sin duda, ha consolidado su posición como centros turísticos preferenciales en México.

En contraste, las tres ciudades más pobladas del país ocupan sitios discretos en esa regionalización y jerarquización; la ubicación estratégica de Monterrey, como paso obligado en las comunicaciones terrestres entre la capital nacional y los distintos puntos fronterizos con Estados Unidos más próximos, la convierte en un sitio de referencia ineludible en el tránsito de personas del centro de México hacia el vecino país del norte; sin embargo, este flujo no está necesariamente asociado, en forma directa, con motivos o intereses turísticos.



El núcleo turístico y sus recursos naturales y culturales

Para los efectos de este trabajo, la ZMMY está constituida por los municipios que tanto Garza, G. (1995) como la Secretaría de Desarrollo Social (2002) distinguen como parte de esta aglomeración urbana, más aquéllos que tienen recursos turísticos, naturales y culturales, de relevancia en un radio no mayor a los 60 km respecto al centro de Monterrey; esta razón es porque a tal distancia el traslado desde la capital regiomontana a esos sitios de interés turístico, y el regreso, se pueden efectuar en solo un día. Así, los municipios que quedan considerados en este estudio son doce: Apodaca, García, General Escobedo, Guadalupe, Hidalgo, Juárez, Mina, Monterrey, San Nicolás de los Garza, San Pedro Garza García, Santa Catarina y Santiago (Figura 3). El conglomerado urbano posee una infraestructura de comunicaciones y una oferta hotelera de primer rango; en este último sentido, la capital de Nuevo León dispone del mayor número de establecimientos en América Latina, manejados por grandes corporaciones internacionales, sólo superada por São Paulo (Propín *et al.*, 2004).

Fundada hace más de 400 años, por los españoles, gracias al descubrimiento de un ojo de agua, esta ciudad es conocida por diversas circunstancias: en primer lugar, se le asocia, en forma inequívoca, con las montañas que la rodean, en particular por la presencia del cerro La Silla que es el icono regiomontano; por esta misma razón, recientemente, y con el ánimo de atraer al turismo, se ha dado a Monterrey el nombre de *Ciudad de las Montañas*. La otra situación es que, por algunos elementos destacados de su fisonomía urbana, está considerada como la ciudad más “agringada” de México; no obstante la remodelación reciente del Barrio Antiguo, que en sí misma adicionó un atractivo turístico más a la ciudad, la visualmente ineludible arquitectura moderna y la habilitación del espacio geográfico con grandes avenidas, centros de negocios, edificios en

aluminio y cristal polarizado, hoteles inteligentes, entre otros, convierten a Monterrey en un centro de operaciones financieras e industriales de primer orden en el país, un escenario disímil al de otras ciudades mexicanas y más parecido, en algunas barrios, como los ubicados en los municipios de San Pedro Garza García y Santiago, a Texas o California. Esto no significa que la presencia de sectores periféricos y zonas de evidente pobreza urbana hayan desaparecido del escenario regiomontano; como muestra sólo baste observar, desde la parte central de la Gran Plaza, la ladera norte de Loma Larga, uno de los sitios más marginados de esta ciudad.

El escenario geográfico-físico de Monterrey es, de entrada, un recurso para la actividad turística: las estribaciones de la Sierra Madre Oriental, contempladas *en masa* o como desprendimientos aislados, por ejemplo las sierras El Fraile, Las Mitras o La Silla, constituyen atractivos geomorfológicos de primera importancia (Figura 4). En la ZMMY, las grutas de García y el salto Cola de Caballo tradicionalmente han sido considerados como recursos naturales fundamentales para la promoción del turismo y visitados en forma constante, tanto por residentes de esta ciudad como por quienes provienen de otros lugares (Alonso, 1989; Galván, 1970). Adicionalmente, ahora se promueven todas las nuevas formas de aprovechar el paisaje natural (relieve y agua) mediante la ejecución de variantes del turismo de bajo impacto, como caminata, *rafting*, cañonismo, descenso de ríos, entre otros, en particular en lugares al sur de El Cercado, en el municipio de Santiago (Cuadro 1).

Sin duda, la latitud y la altitud son factores geográficos que inciden sobre las condiciones climáticas prevalecientes en la zona en estudio. La aridez es dominante en la zona plana (cuya altitud media varía entre 500 y 600 m sobre nivel del mar), parte constitutiva de la llanura costera del Golfo, donde se ubican Mina, con un tipo de clima BW o seco desértico, y Monterrey, cuyo clima es BS₁, seco estepario

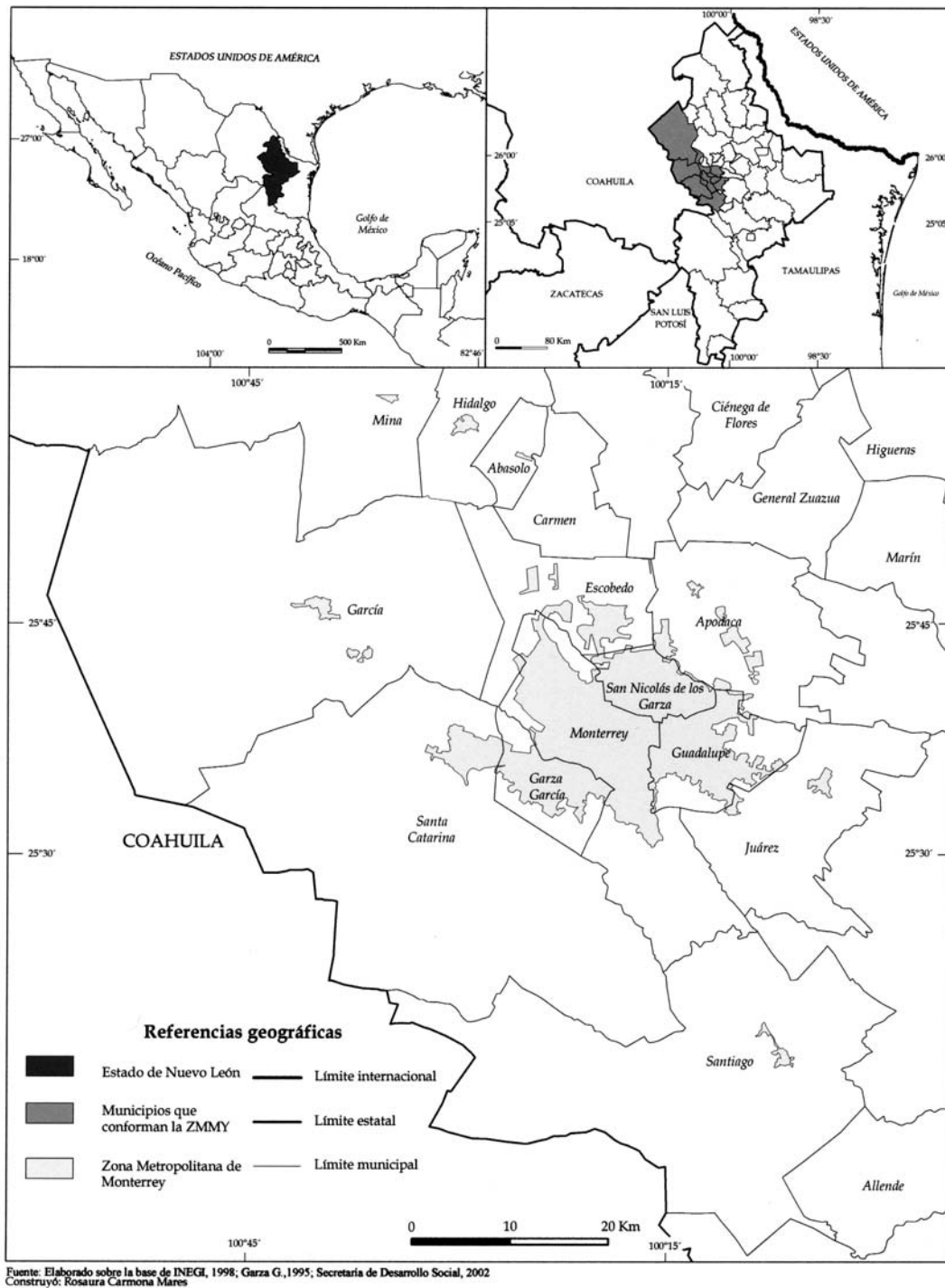


Figura 3. Ubicación de la ZMMY.

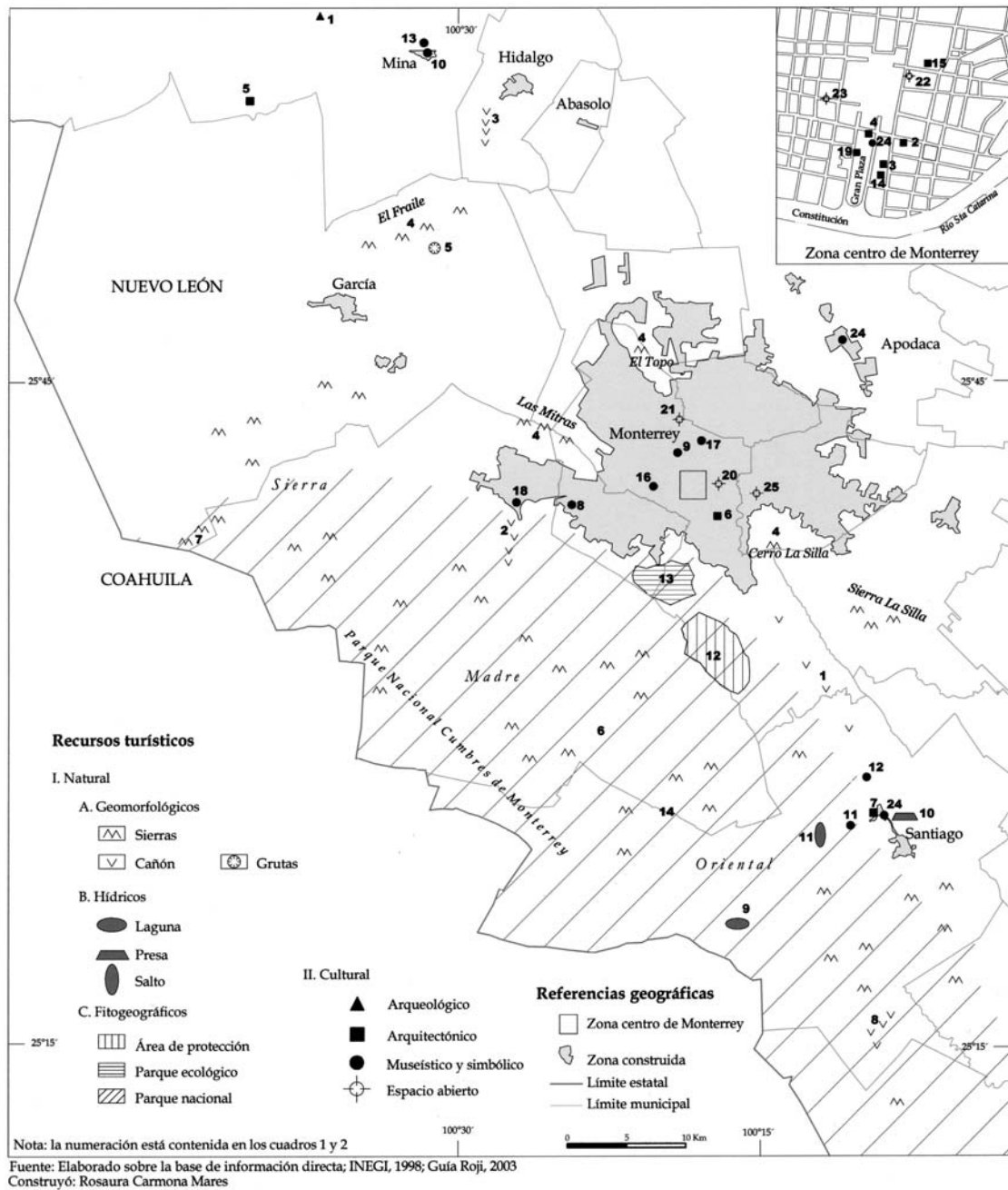


Figura 4. ZMMY: recursos naturales y culturales para la actividad turística.

Cuadro 1. ZMMY: recursos naturales para la actividad turística

	Tipo de recurso	Ubicación	Características
	Geomorfológico		
1	<i>Cañón El Huajuco (Guaxuco)</i>	Más que un cañón es un valle relativamente ancho por el que escurre el arroyo La Chueca. Separa el cuerpo central de la Sierra Madre Oriental del de la sierra Cerro La Silla.	Esta depresión fue utilizada para trazar la carretera 85 que une a Monterrey con Ciudad Victoria.
2	<i>Cañón La Huasteca</i>	En el municipio de Santa Catarina, al oeste de la ciudad. Es parte del cauce del río Santa Catarina, afluente del río San Juan; éste descarga sus aguas al río Bravo.	Macizo montañoso de acceso fácil que forma parte de la Sierra Madre Oriental, donde se observan en forma clara: el flexionamiento de las rocas y echados verticales de casi 300 m. Hay petroglifos. Ha sido declarado <i>parque ecológico</i> . Se puede hacer caminata, rappel, alpinismo y fotografía.
3	<i>Cañón Paredes del Toro o del Toro</i>	En la localidad de Potrero Chico del municipio de Hidalgo, al noroeste de Monterrey.	Uno de los diez mejores lugares del mundo para realizar cañonismo. La profundidad del cañón varía entre 30 y 300 m.
4	<i>Conjuntos de montañas y cerros aislados desprendidos de la Sierra Madre Oriental: El Fraile, La Silla, Las Mitras, Topo (cerro)</i>	Estas sierras se encuentran al noroeste (El Fraile), al sureste (La Silla) y al poniente (Las Mitras) de la ZMMY. El cerro Topo se encuentra al norte.	Formaciones montañosas peculiares, por ejemplo, el cerro La Silla (1 600 msnm), contenido en la sierra del mismo nombre y declarado como monumento natural, es icono de Monterrey.
5	<i>Grutas de García</i>	Están en la base sur de la sierra El Fraile, en el municipio de García, al noroeste de la ZMMY.	A una altitud de 1 100 m. Tienen una antigüedad de 50 millones de años. Hay 2.5 km de recorrido, con 37 salones habilitados. Grutas, salones, estalactitas y estalagmitas. Se asciende por teleférico; el nuevo servicio abrió en 2003.
6	<i>Sierra Madre Oriental</i>	Corre paralela a la costa del Golfo de México desde el norte de Oaxaca hasta Coahuila. En la zona en estudio forma el límite sur de la ZMMY, contiene al Parque Nacional Cumbres de Monterrey y está constituida por doce sierras paralelas, con nombres locales, separadas por once cañones estrechos. Entre las denominaciones locales de la sierra se pueden indicar: San José de los Nuncios, El Tarillal, San Cristóbal, Rancho Nuevo, La Laguna y Los Nogales; en cuanto a los cañones destacan los de la Escalera y La Huasteca.	Montañas plegadas de roca caliza con una altitud media de 2 000 m. En las cercanías de la ZMMY, la cima es de 3 700 m (Cerro San Rafael) en la sierra La Viga, al sur del Parque Nacional Cumbres de Monterrey.
7	<i>Sierra San José de los Nuncios</i>	Paralela a la carretera 40 (Monterrey-Salttillo). Ocupa el borde norte de la Sierra Madre Oriental.	Se le presenta, por separado, en este listado porque es uno de los escenarios geológicos más interesantes de México. Se pueden apreciar, claramente, los estratos que revelan la génesis y evolución de la Sierra Madre Oriental.

8	<i>Sistema Matacanes</i>	En la sierra Los Nogales al sur de El Cercado, municipio de Santiago. La base para los recorridos y punto de posta es Potrero Redondo.	Matacanes es un cañón que forma parte del cauce del arroyo Cascada (río Lagunillas), debido al color de sus aguas es el cañón acuático más famoso de México. El sistema contiene saltos como Potrero Redondo, Hidrofobia y la cascada de Chipitín, además de la cueva La Tierrosa. Se utiliza como un circuito para cañonismo o rock-climbing.
	Hídrico		
9	<i>Laguna de Sánchez</i>	En las estribaciones de la sierra La Laguna, 39 km al suroeste del Salto Cola de Caballo.	Cuerpo natural de agua, rodeado de bosques de pinos, en el que se pueden desarrollar diferentes actividades deportivas.
10	<i>Presa Rodrigo Gómez o La Boca</i>	Al sureste de la ciudad de Monterrey, en el municipio de Santiago.	Cuerpo artificial originado por esta presa. Se utiliza para paseos en lancha, velo y remo. Se puede practicar pesca. De ella fluye el río San Juan que desemboca en el río Bravo.
11	<i>Salto Cola de Caballo</i>	En el municipio de Santiago, al suroeste de la localidad El Cercado.	A 800 m de altitud, se encuentra dentro de una zona habitada para el turismo.
	Florístico y de fauna		
12	<i>Área de protección de recursos naturales La Estanzuela</i>	Al sur de la ZMMY y dentro del Parque Nacional Cumbres de Monterrey.	A 1 200-1 400 msnm al poniente del cañón El Huajuco. Abundante bosque templado en el que existen senderos de caminata.
13	<i>Parque ecológico Chipinque</i>	Es la parte más accesible del Parque Nacional Cumbres de Monterrey. Es la única zona verdaderamente protegida dentro de ese parque, circunstancia que contrasta con la reducida superficie que ocupa. La cima de este parque ecológico es el pico Copete de las Águilas con 2 200 m, ubicado en el borde norte del parque nacional.	Constituido por bosques templados (a 1 300 msnm) que contrastan con las condiciones de aridez de la parte baja donde se asienta Monterrey (500 msnm). Se pueden hacer caminatas, ciclismo, ciclismo de montaña, excursionismo, rappel, camping y observaciones sobre el entorno natural inmediato, en particular sobre aves.
14	<i>Parque Nacional Cumbres de Monterrey</i>	Sobre las estribaciones de la Sierra Madre Oriental, del municipio de Allende al sureste al de Santa Catarina al norte. Incluye sitios como el cañón La Huasteca, la laguna de Sánchez y el parque ecológico Chipinque, entre otros.	Zona declarada como protegida en 1939. Se extiende por casi 250 mil hectáreas. Tiene una altitud media de 2 000 m. Es notable su biodiversidad y el etapismo vegetal que abriga de las condiciones áridas a las templadas. Su mayor contribución, en cuanto a la generación de recursos naturales, se refiere a la captación de agua de lluvia que recarga los mantos freáticos que abastecen de este líquido a la ZMMY. Está poblado por diferentes asociaciones vegetales: desde los bosques de coníferas y latifoliadas en la parte más alta hasta el matorral submontano subinerm y chaparral en la parte baja. Entre la fauna local se pueden indicar aves, murciélagos, zorrillos, serpientes, osos, leoncillos y jabalíes. Se puede practicar rappel, caminatas, ciclismo de montaña y avistamiento de aves, entre otras actividades.

Fuente: INEGI, 1997 y 200; recorridos de campo, 2003.

con lluvias en verano (Figuras 5 y 6). En los valles bajos, por ejemplo en el cañón El Huajuco y en porciones de la llanura de sotavento del municipio de Santiago, las condiciones climáticas pertenecen al tipo (A)Cx' o subtropical con lluvias escasas todo el año (Figura 7). En las partes altas de la Sierra Madre Oriental, y a muy corta distancia de la ciudad de Monterrey, como en el parque ecológico Chipinque o la Laguna de Sánchez (ésta con clima Cb o templado propiamente dicho; Figura 8), las condiciones climatológicas son más atemperadas; tal circunstancia hace muy atractivo, ante los ojos de visitantes y turistas por igual, el ascender a lugares cuya altitud rebasa los 1 500 m, para poder practicar caminatas, observar el entorno inmediato o disfrutar condiciones de confort ambiental más agrade-

bles. La distribución de la lluvia, concentrada entre junio y octubre, asegura para el resto del año cielos despejados y temperaturas medias no inferiores a 10° C (García, 2004).

Los recursos hídricos no son numerosos en la ZMMY, en forma de ríos perennes y caudalosos; el elemento más evidente de la hidrología superficial es el río Santa Catarina que muestra un estiaje muy marcado a lo largo del año; sin embargo, en la época de lluvias, puede ser un vector de peligro, como lo atestigua la historia urbana reciente; el hecho más claro se registró en 1989, cuando las precipitaciones extraordinarias provocadas por el huracán Gilberto sobresaturaron de agua e hicieron reventar el cauce de esta corriente, lo que originó inundaciones y muerte en las partes más cercanas a sus bancos. Así, durante

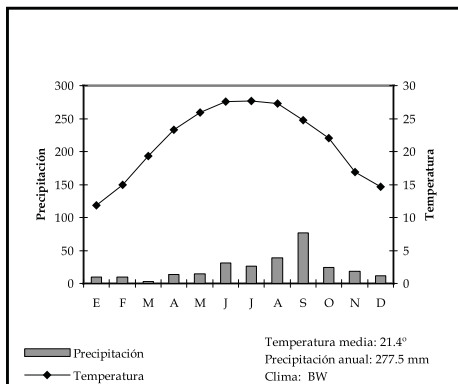


Figura 5. Mina.

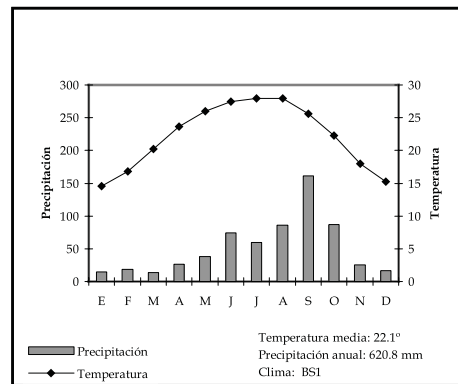


Figura 6. Monterrey.

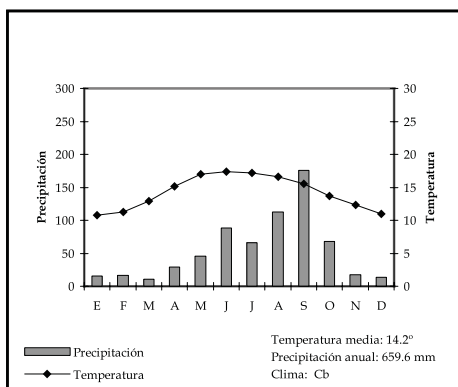


Figura 7. Laguna de Sánchez.

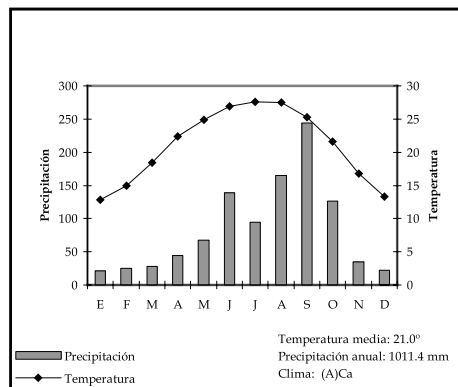


Figura 8. Santiago.

buena parte del año, este río que cruza la ciudad de Monterrey no puede ser considerado como atractivo para el turismo. Las otras corrientes que escurren en las proximidades de la ZMMY son arroyos, de menor dimensión que el río Santa Catarina, que bajan por los diferentes cañones formados entre cada uno de los distintos bloques de la sierra; estos cauces ahora son aprovechados para practicar actividades como el descenso a rappel.

La cubierta vegetal y la fauna que ahí habita, tanto en ámbitos secos como templados, se ha considerado, en fechas recientes, como un potencial natural para la actividad turística, por ejemplo, el avistamiento de aves, la apreciación de especies de plantas xerófitas o de pinos y encinos; esto, a semejanza de lo que ocurre con la promoción y uso del relieve y agua en la Sierra Madre Oriental, está más asociado con las nuevas formas de practicar el turismo, el que provoca bajo impacto en el lugar de acogida. En una línea de dirección sureste-noroeste, paralela a la urbe regiomontana, se extiende el Parque Nacional Cumbres de Monterrey que, desde 1939, fue declarado zona protegida por su alto grado de biodiversidad, en una superficie cercana a las 250 mil hectáreas. Esta vecindad entre parque y zona urbana favorecerá, en el futuro mediano, la proliferación de lugares y actividades no estereotipados que ofrezcan nuevos productos turísticos en esta parte de México. En forma general, los recursos naturales con los que cuenta la ZMMY para impulsar al turismo se hallan hacia el sur de la aglomeración urbana, tanto por la presencia misma de la sierra como por los pequeños cuerpos y corrientes de agua superficial y la cubierta vegetal que sigue un etapismo que abarca condiciones ecológicas tanto áridas como templadas, conforme se asciende de la llanura costera del Golfo a la Sierra Madre Oriental.

El patrimonio regional cultural de Monterrey, que se promueve como recurso para la actividad turística, está fuertemente asociado

con la historia económica de la aglomeración urbana.

Al ser, desde hace más de cien años, un nodo manufacturero de primera jerarquía, la apariencia del entorno ciudadano otorga una imagen a Monterrey que difiere mucho del arquetipo turístico prevaleciente en otros lugares de México. Sin embargo, dentro de este escenario aparentemente poco proclive a atraer turistas, existen varios lugares que como consecuencia de la habilitación de espacios que pertenecían al ámbito de la arqueología industrial, han sido abiertos al público en general. De entrada, los viejos inmuebles ocupados por fábricas, como el de la Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma, se promocionan con el fin de allegar visitantes y turistas mediante la apertura, en este caso, del Salón de la Fama y el Museo del Béisbol. El Parque Fundidora es otro ejemplo en el mismo tenor: un gran espacio abierto que contiene las viejas construcciones de la acería, ahora renovadas y que se aprovechan con diversos fines, desde la organización de congresos internacionales, alojados en el Centro Internacional de Negocios o CINTERMEX, hasta la ejecución de actividades al aire libre. En un contexto diferente al de la industria, las añejas instalaciones del Campo Militar se encuentran ahora ocupadas por el Parque Niños Héroes, complejo constituido por museos, aviario, jardín botánico y un lago artificial, al sur de la sede de la Universidad Autónoma de Nuevo León (Cuadro 2 y Figura 4).

A partir de 1984, y después de la inauguración de la Gran Plaza (cuya construcción en sí dota de un nuevo atractivo a la ciudad), crece la disponibilidad de infraestructura que ha sido utilizada para promover el turismo en Monterrey (Garza, L., 1995). Es evidente este crecimiento, por ejemplo, en la declaración de parques históricos, como el del Obispado y en la modernización de viejas instalaciones, como en el caso del nuevo teleférico que permite el acceso a las grutas de García. Sin embargo, la infraestructura está aglomerada

Cuadro 2. ZMMY: recursos culturales para la actividad turística

	Tipo de recurso	Ubicación	Características
	Arqueológico		
1	Zona arqueológica Boca de Potrerillos (petroglifos)	Al noroeste de la ciudad de Monterrey (60 km) y a 21 km de la cabecera municipal de Mina.	Primera zona arqueológica en ser inaugurada en el noreste de México, en 1995. Contiene múltiples petroglifos esparcidos sobre ambos bancos del arroyo Potrerillos; su estado de conservación es adecuado.
	Arquitectónico		
2	Barrio Antiguo	En el borde sureste del centro de Monterrey.	Bloque de cerca de quince manzanas con arquitectura peculiar de los siglos XVIII y XIX. Ahora gentrificado, con un uso del suelo orientado a alojar galerías de arte, tiendas de antigüedades y bares de moda entre la población joven.
3	Catedral de Monterrey	Al sureste de la Gran Plaza.	Edificio que data de los siglos XVII-XVIII.
4	Gran Plaza	Ocupa el lugar central del núcleo originario de Monterrey.	Construcción desmedida que arrasó con varios edificios antiguos de Monterrey y que dotó a la ciudad de una de las plazas públicas más grandes del mundo. Fue abierta en 1984. Es un alargado corredor peatonal, de un kilómetro, en el que se encuentran monumentos, esculturas, fuentes y espacios verdes; su pieza central es el Faro del Comercio que funciona con rayos láser. En sus flancos se ubican edificios públicos como el Teatro de la Ciudad, el Congreso del Estado, la Biblioteca Central y el Palacio Legislativo.
5	Hacienda El Muerto	En el ejido San Antonio de Arista del municipio de Mina, al noroeste de Monterrey.	Vestigios de una hacienda modelo del siglo XIX.
6	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	En la parte sureste de la ciudad, en el municipio de Monterrey.	Inaugurado en los años sesenta, de arquitectura <i>sui generis</i> , en apariencia desafiante a la gravedad terrestre.
7	Villa de Santiago	Al sureste de la ciudad de Monterrey.	Monumento colonial constituido por el templo de Santiago Apóstol (siglo XVIII), palacio municipal, la plaza central y un mirador sobre la carretera Monterrey - Ciudad Victoria desde donde también se aprecia la presa Rodrigo Gómez o La Boca.

	Museístico y simbólico		
8	<i>Centro Cultural Alfa</i>	En el municipio de San Pedro Garza García.	Conjunto cultural que comprende un planetario, un multiteatro con dispositivos IMAX, un museo de ciencia, aviario y jardines.
9	<i>Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma (Salón de la Fama y Museo del Béisbol)</i>	Al norte del municipio de Monterrey.	En las instalaciones de la antigua fábrica de cerveza, sobre la avenida Alfonso Reyes. Hay visitas guiadas que explican la historia de la empresa. A los visitantes se les ofrece una bebida, producida en la planta.
10	<i>Fidencismo</i>	En el municipio de Mina.	Celebración del onomástico (19 de marzo) y muerte (17-19 octubre) del niño Fidencio (José Fidencio Constantino) a quien se atribuían poderes milagrosos.
11	<i>La Cieneguilla</i>	Localidad ubicada entre El Cercado y el salto Cola de Caballo, municipio de Santiago.	Artesanías hechas con diversas materias primas, entre ellas carrizo y cantera de agua.
12	<i>Los Cavazos</i>	En la carretera Monterrey-Ciudad Victoria, cerca del Km 250.	Corredor turístico que incluye, a ambos lados de la carretera, restaurantes y tiendas de artesanías de diverso tipo y procedencia.
13	<i>Museo Bernabé de las Casas</i>	En el centro de la cabecera municipal de Mina.	Inaugurado en 1983, en respuesta al hallazgo del mamut de Mina. Es un museo paleontológico.
14	<i>Museo de Arte Contemporáneo o MARCO</i>	En la esquina sureste de la Gran Plaza.	Ofrece exposiciones sobre plástica contemporánea, nacional y extranjera.
15	<i>Museo de Historia Mexicana</i>	Al noreste de la Gran Plaza.	Presenta un panorama general de la historia de México. Cuenta con dos plantas, auditorio, biblioteca y café. Fue adosado a la Gran Plaza en 1994.
16	<i>Museo del Obispado o Museo Regional de Nuevo León</i>	Al poniente de la ciudad de Monterrey.	Edificio del siglo XVIII construido como casa del obispo de Monterrey, con fachada churriguesca. Hoy alberga un pequeño museo sobre la historia local y regional. Se puede observar la ciudad de Monterrey desde la cima de la colina donde se asienta el inmueble.
17	<i>Museo del Vidrio</i>	En el centro-norte de Monterrey.	Dentro del predio de la empresa Vitro. Explicación de la historia del vidrio en México.
18	<i>Museo El Blanqueo</i>	En el municipio de Santa Catarina.	Está alojado en una antigua fábrica de textiles, de ahí su nombre. Presenta la historia de la industria en Monterrey.

19	Museo Metropolitano de Monterrey	Al poniente de la Gran Plaza y frente la Catedral.	Dedicado a la historia, tradiciones y costumbres mexicanas. También se incluye una sección sobre los fundadores de la ciudad de Monterrey.
	Espacio abierto		
20	Parque Fundidora	Al oriente de la ciudad de Monterrey.	Su emplazamiento aprovecha los antiguos espacios de la Compañía Fundidora de Fierro y Acero de Monterrey. En este predio se encuentran: el parque temático Plaza Sésamo, CINTERMEX (que es un centro internacional de negocios), la cineteca - fototeca de Nuevo León y el Centro de las Artes. Además, se pueden hacer caminatas, ciclismo y entrenamiento físico.
21	Parque Niños Héroes	Al norte de la ciudad de Monterrey.	Un complejo recreativo y cultural edificado en el antiguo Campo Militar que comprende un jardín botánico, un aviario, un lago y varios museos, entre ellos la pinacoteca de Nuevo León y el Museo de la Fauna y Ciencias Naturales.
22	Paseo de Santa Lucía	Al noreste de la Gran Plaza y contiguo al Museo de Historia Mexicana, en pleno centro de Monterrey.	Canal artificial que es utilizado para paseos en lancha.
23	Zona Rosa	Área del centro de Monterrey delimitada al norte por la calle Morelos, al este por Zaragoza, al sur por Hidalgo y al oeste por la unión de ésta con Morelos.	Espacio donde se concentran hoteles de gran categoría, restaurantes y tiendas. Una de las calles es peatonal (Morelos). Esta área es usada para caminar, comer o hacer compras en tiendas específicas, algunas de las cuales venden artesanías locales y del resto de México. La Plaza Hidalgo está en esta zona.
	Feria		
24	Ferias en la ZMMY	Apodaca, Monterrey, Santiago.	Apodaca: septiembre-octubre Monterrey: septiembre Santiago:julio-agosto
	Zoológico		
25	Parque La Pastora	Al oriente de Monterrey, en el municipio de Guadalupe.	Más de 300 animales. Bien conservado. Dispone de un tren que circula por el zoológico.

Fuente: INEGI, 1997 y 2000; entrevistas visitas y recorridos en algunos de los lugares mencionados, 2003.

en el municipio de Monterrey, con algunos ejemplos aislados en el de San Pedro Garza García donde se asienta el planetario Alfa y el parque ecológico de Chipinque y la apertura de espacios nuevos para el turismo en el municipio de Santiago, como la Cascada de Chipitín y los cañones donde se realiza el *rock-climbing* (Figura 4). En el municipio de Monterrey se encuentran 107 de los 128 monumentos históricos de la zona metropolitana, cuatro de los siete teatros y la mitad de los catorce museos, algunos de éstos, sin embargo, son muy pequeños y de poco atractivo para los turistas (*Ibid.*).

El turismo en Monterrey se ha querido asociar, en el último quinquenio, con la promoción de congresos y convenciones, en un contexto muy ligado a las actividades de “negocios”. La atracción se ha ejercido en función del uso de instalaciones que, dedicadas a promover la expansión del comercio y la industria, han sido también aprovechadas para incrementar el turismo, en especial el de origen internacional.² Esta circunstancia se ha examinado ya en otros lugares de México, donde el turismo se entreteje, dentro del escenario urbano, con actividades industriales y de comercio-servicios enlazados con el sector manufacturero (Gallegos y López, 2004; Carmona, 2004). Una evidencia de esta situación es que Monterrey está ligado en forma adecuada, mediante el servicio otorgado por varias líneas aéreas, con el resto del país y el extranjero, entre ellas: Aerocalifornia, Aeroméxico y Aerolitoral, American Airlines, Aviaca, Continental Airlines, Mexicana y United Airlines. Aunque los destinos de estas líneas son diversos, destaca el número de vuelos diarios a la Ciudad de México (16), Guadalajara (4), Chihuahua (3), Hermosillo (4) y Tampico (3; Figura 9). En el caso de ciudades en el extranjero, la conexión es frecuente con Houston (5) Atlanta y Dallas (cuatro vuelos diarios a cada una de estas ciudades). Esta estructura del transporte aéreo convergente en Monterrey revela una relación estrecha con

centros urbanos donde la industria es un pilar de la economía local, como en el caso de la capital del país, Guadalajara, Hermosillo y Chihuahua; lo mismo se puede indicar de Houston y Dallas, en Estados Unidos.

La infraestructura para la actividad turística puede ser medida en términos de la cantidad y calidad de los cuartos de hotel en un destino específico. En el caso de la capital de Nuevo León, desde el inicio de los años setenta se contaba ya con una importante oferta hotelera: 43 establecimientos de hospedaje, entre ellos un Ramada Inn (Ortiz, 1969). Conforme la actividad industrial y la de comercio-servicios creció en la ZMMY, también se incrementó el número de cuartos de hotel hasta tener, en la actualidad, 92 hoteles, con cerca de 8 mil cuartos, que representan más del 80% de la oferta de alojamiento del estado (Secretaría de Desarrollo Económico de Nuevo León, 2003).

Esta cifra, comparada con la nacional (más de 230 mil habitaciones), significa 5.3% del total en el país, cantidad inferior a la correspondiente a Cancún o Los Cabos; sin embargo, de los 8 mil cuartos que existen en Monterrey, una proporción importante corresponde a establecimientos de cuatro y cinco estrellas, así como las de gran turismo y clase especial; de hecho, en esta ciudad existe la mayor presencia de cadenas hoteleras internacionales en México (Propín *et al.*, 2004). Esta circunstancia tiene que ver con la demanda de personas de negocios, tipo de funcionarios de alta jerarquía que, en vista de sus relaciones con la industria y el comercio-servicios locales, requieren alojamiento de primera categoría, lo que ha originado la proliferación de hoteles administrados por cadenas como Hilton, Intercontinental, Marriott y Sheraton, en la capital neoleonesa que, al mismo tiempo, pueden atender a una potencial demanda del mercado turístico nacional e internacional. Más aún, las últimas cifras oficiales indican que, a lo largo del año, en Monterrey se registra uno de los porcentajes más altos de ocupación hotelera del país, cer-

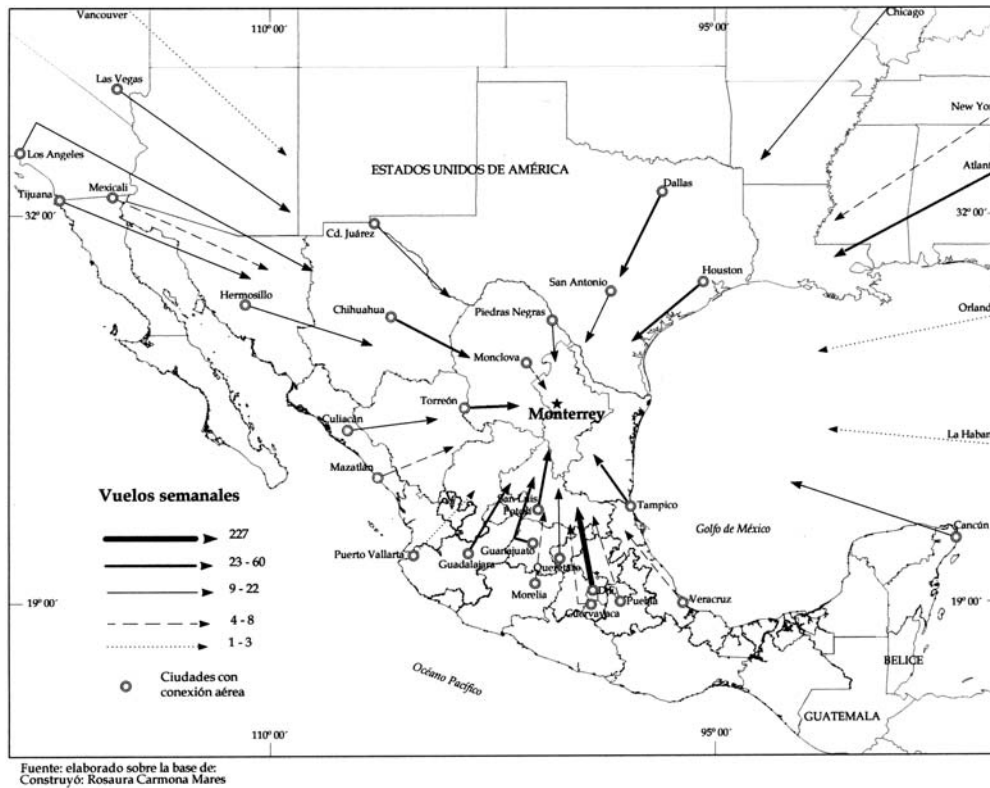


Figura 9. Monterrey: conexiones aéreas directas, 2003.

cano al 60% (Secretaría de Desarrollo Económico de Nuevo León, *op. cit.*). Esta situación está asociada fuertemente con los precios promedio de habitaciones de hotel que, en 2002, era de alrededor de 90 dólares de Estados Unidos, cantidad baja comparada con lo que se pagaba en Los Cabos o la Ciudad de México, 175 y 110 dólares, respectivamente (SECTUR, 2003). Esta peculiaridad del alojamiento en la capital regiomontana es atractiva para turistas potenciales, en especial extranjeros, que decidan visitarla.

En cuanto a la oferta de paseos y visitas hecha por empresas del ramo, se dispone ya de los primeros intentos por atraer la atención y el tiempo de turistas mediante la promoción de circuitos de interés dentro de la trama urbana. Por ejemplo, se ofrecen paseos en *trolleys* que recorren diferentes partes

del centro de la ciudad en un *sight-seeing* tour y ofrecen la ruta de los museos (el de Historia Mexicana, el del Vidrio, el de la Fauna y el Salón de la Fama en la Cervecería Cuauhtémoc) en un solo recorrido. Otra posibilidad es la visita al Centro Cultural Alfa que, debido a su ubicación geográfica, requiere que los turistas y visitantes dispongan de vehículo propio para el traslado hacia una de las zonas más opulentas y relativamente aisladas de la ZMMY, el municipio de San Pedro Garza García; esta dificultad queda resuelta porque la empresa que administra el centro opera autobuses, en horas cercanas a los espectáculos de la pantalla IMAX, para trasladar al público en general desde el centro de la ciudad. Por lo que respecta a los viajes en la ZMMY, cuyo objetivo es la práctica de formas nuevas del turismo, la oferta es más variada:

hay empresas que se dedican a promover caminatas y cañonismo en distintos sitios del municipio de Santiago. Sin embargo, la diversidad de paseos y combinación de los mismos para ser realizados en un período de tiempo corto (tres, cuatro días) todavía es limitada.

Algunos de los problemas derivados del crecimiento de la ZMMY que afectan en forma directa a la actividad turística se reflejan en la edificación de viviendas, de toda clase, sobre zonas de potencial desarrollo turístico, por ejemplo, las construcciones para fines habitacionales en Chipinque y Residencial Olinalá, del municipio de San Pedro Garza García. Asimismo, se puede indicar la expansión de la mancha urbana en el municipio de Santa Catarina, en la porción del cañón de La Huasteca, que ha llegado a la misma entrada de este atractivo natural o en el caso de la ocupación contigua e intensa sobre el cañón El Huajuco, rumbo a la población de Santiago, que origina sobresaturación de vehículos en la carretera 85 (Monterrey-Ciudad Victoria) durante los fines de semana, justo es la vía que sirve para que los turistas que visitaron esta parte de la ZMMY regresen a sus sitios de pernocta.

En otro sentido, las disposiciones legales respecto al consumo de alcohol y los horarios de apertura de cantinas y bares en el municipio de Monterrey han generado patrones de desplazamiento territorial particulares. Se observa que los domingos, cuando está prohibida la venta de alcohol en bares y cantinas, grupos de personas se desplazan hacia otros municipios cercanos (Santa Catarina y Santiago) para poder consumirlo; así, el cañón de La Huasteca atestigua cómo, en vehículos privados que transportan una pluralidad de personas, se refuncionaliza el espacio para estos fines: por menos de un dólar de entrada (por vehículo) se puede tener la libertad de consumir cerveza u otras bebidas espirituosas sobre o los alrededores de una gran plataforma construida, originalmente, para

observar las formas caprichosas que la erosión ha formado sobre las rocas calizas de la Sierra Madre Oriental.

Turistas y flujos turísticos hacia la ZMMY

El número de turistas en Monterrey era ya de 40 mil personas al inicio de los años setenta; casi tres cuartas partes de éstas eran nacionales y el resto extranjeros (Galván, 1970). Para el 2002, esta cifra había ascendido a casi 1.5 millones de personas (Secretaría de Desarrollo Económico de Nuevo León, *op. cit.*). La proporción entre mexicanos y extranjeros que visitan Monterrey se conserva casi igual que hace 30 años: poco más del 80% del total todavía proviene de algún lugar de México, el resto son extranjeros. En el Cuadro 3 y la Figura 10 se presenta la evolución del número de turistas registrados en Monterrey en el decenio 1993-2002. Es evidente que ha habido un aumento constante en el número de turistas registrados; conviene indicar el salto cuantitativo a mediados de los años noventa, cuando se rebasa, por primera vez en la historia del turismo en Monterrey, la cantidad de un millón de personas. En el caso de los turistas extranjeros, en 2001, se llega a la cifra de casi un cuarto de millón de turistas.

Con el fin de tener una imagen más precisa de los flujos de turistas hacia la ZMMY, en junio de 2003 se entrevistaron 75 personas (79% mexicanos y el resto extranjeros) en dos lugares con afluencia turística importante: el salto Cola de Caballo y el parque ecológico Chipinque.³ De acuerdo con los datos registrados por esta técnica de investigación, se puede afirmar lo siguiente: la mayor parte de los turistas nacionales tenía entre 25 y 35 años de edad, en tanto que los extranjeros eran mayoritariamente adultos con más de 55 años (uno de cada tres entrevistados pertenecía a este grupo de edad; Figura 11). Los varones fueron más numerosos entre los turistas mexicanos (casi dos tercios de ese total) y los extranjeros se repartieron en igual proporción entre

Cuadro 3. Monterrey: llegada de turistas, nacionales y extranjeros, 1993-2002

Año	Total de turistas	Nacionales	Extranjeros	Porcentaje de extranjeros ¹
1993	861 302	745 559	115 743	13.4
1994	848 815	725 032	123 783	14.5
1995	862 787	720 317	142 470	16.5
1996	1 052 869	879 997	172 872	16.4
1997	1 241 638	1 075 185	166 453	13.4
1998	1 280 243	1 107 626	172 617	13.4
1999	1 341 996	1 116 275	225 721	16.8
2000	1 470 220	1 228 368	241 852	16.4
2001	1 479 341	1 232 609	246 732	16.6
2002	1 467 397	1 227 073	240 324	16.3

¹ Respecto al total de turistas registrados en cada año.

Fuente: SECTUR, 2003a; Secretaría de Desarrollo Económico de Nuevo León, 2003.

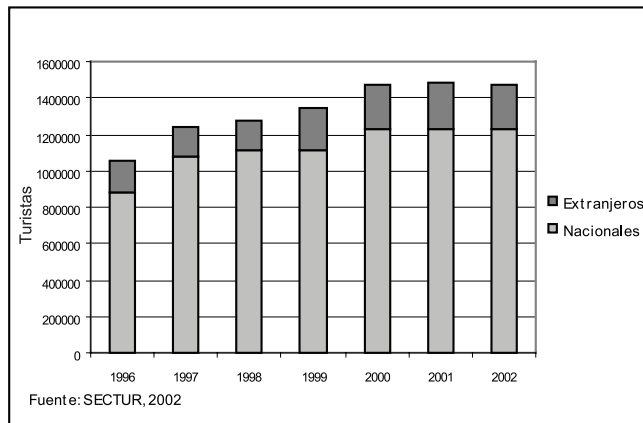


Figura 10. Llegada de turistas a la ZMMY.

hombres y mujeres. La escolaridad de los turistas en Monterrey, en la mitad de los casos (tanto entre los mexicanos como entre los extranjeros) indica un nivel de estudios de licenciatura (de trece a dieciocho años de instrucción formal); esto permite hacer una afirmación en el sentido de que quienes fueron entrevistados constituyen un grupo de turistas que dispone de un cierto nivel de información y, por tanto, con autonomía suficiente para elegir *motu proprio* este sitio turístico (Figura 12). En concordancia con el grado de estudios de los turistas contactados, la ocupación de éstos tenía que ver con el ejercicio

de actividades profesionales, además de ser empleados; entre las mujeres extranjeras entrevistadas se halló un porcentaje elevado de quienes estaban dedicadas al hogar (Figura 13).

La forma en que viajaron la mayoría de los entrevistados hacia y dentro de la ZMMY, fue acompañado de sus familiares y amigos (Figura 14). El motivo principal de su estancia fue el de descanso o placer (35% entre los turistas no mexicanos y 30% entre los mexicanos); asimismo, se detectó una proporción considerable de entrevistados cuyo viaje tenía que ver con cuestiones de negocios (35% entre los nacionales y 25% entre quienes provinieron

del extranjero); también se indicaron razones como las académicas, convenciones (menos de 5%) o de salud (Figura 15). La estancia de los entrevistados en la ZMMY fue, en forma mayoritaria, de entre uno y cinco días (60% de los nacionales así lo afirmaron y 43% de los extranjeros); también se registraron casos en los que la persona permanece en esta ciudad sólo unas cuantas horas (cerca del 10% del total de los extranjeros; Figura 16). En este último caso, se trata de viajes de corta duración con motivos específicos de desplazamiento. El promedio real de estancia en la ZMMY entre los nacionales fue de 5.6 días y entre los extranjeros de 4.8 días.

La mayor proporción de los turistas entrevistados se hospedó en hoteles de esta aglomeración urbana (64% de los nacionales así lo atestiguó, lo mismo que el 55% de los turistas extranjeros); en menor proporción se mencionaron otras formas de alojamiento como las casas o departamentos rentados y el uso de inmuebles bajo el sistema de tiempo compartido (Figura 17). En cuanto al medio de transporte utilizado para llegar a la ZMMY, entre los turistas nacionales fue mayor el uso del automóvil (propio o rentado), porque así lo aseveró la mitad de los entrevistados de origen mexicano; en contraste, en el 50% de los casos, los extranjeros emplearon el avión para llegar a Monterrey; el autobús fue utilizado por uno de cada tres turistas mexicanos entrevistados (Figura 18).

Respecto al gasto total de su estancia, en promedio, cada turista mexicano entrevistado dijo haber pagado 702 dólares de Estados Unidos y, en el caso de los extranjeros, 1 604 dólares; esto incluye conceptos de alojamiento, comida, transportes y diversiones (Figura 19). El cálculo de la proporción entre tales gastos promedio y los días de estancia arroja cifras interesantes que reflejan contrastes en la capacidad de consumo de bienes y servicios entre un grupo de turistas y otro; así, se tiene que los mexicanos tuvieron un desembolso aproximado diario de 124 dólares de Estados

Unidos; en forma diferente, el dispendio de los extranjeros se calculó en casi lo triple: 333 dólares estadounidenses por día.

La percepción de los servicios turísticos ofertados, adquiridos y consumidos en la ZMMY por los turistas entrevistados revela una buena acogida por parte de éstos (Figuras 20 y 21). En rubros como el hospedaje, las diversiones, los servicios públicos y los que se ofrecen en sitios con atractivos turísticos importantes y los diferentes medios de transporte, más del 60% de los entrevistados consideró que estos servicios son de excelentes a buenos. Solamente en el ámbito de los precios (relación costo-beneficio) y la seguridad, la apreciación de los turistas varió de regular a mala.

En relación con lo que más gustó a los entrevistados en los lugares visitados, se puede hacer una diferenciación entre lo que cautivó más a los nacionales y lo que impresionó mayormente a los extranjeros. En el caso de los turistas mexicanos, lo más apreciado fue el *ambiente* y la naturaleza de la ZMMY, entendidos éstos como la presencia de la Sierra Madre Oriental y sus diversas geoformas; también fueron mencionados el paisaje, tanto árido como templado, y la gastronomía local y regional (Figura 22). Para los turistas extranjeros, la hospitalidad de la gente que habita en la ZMMY fue el atractivo principal, como se puede apreciar en la Figura 23; los otros argumentos esgrimidos fueron la gastronomía y el paisaje natural. De las afirmaciones hechas por quienes fueron entrevistados, se hace evidente el peso que tienen los elementos del medio geográfico-físico, mayor respecto que los de índole cultural, en la gestación, conformación y sostenimiento del turismo en la capital regiomontana; esto puede ser considerado como consecuencia de la disponibilidad variada de recursos naturales que permiten la promoción de productos turísticos de "reciente aparición" como las actividades realizadas en cañones y senderos de la sierra o las propias de observación de la naturaleza, en parques como Chipinque.

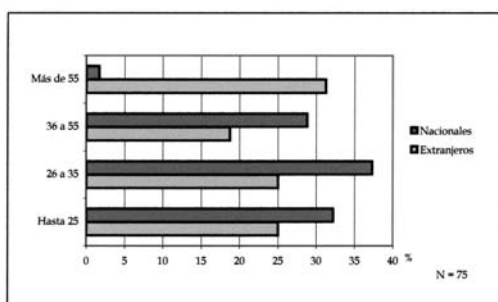


Figura 11. ZMMY: edad de los entrevistados, 2003.

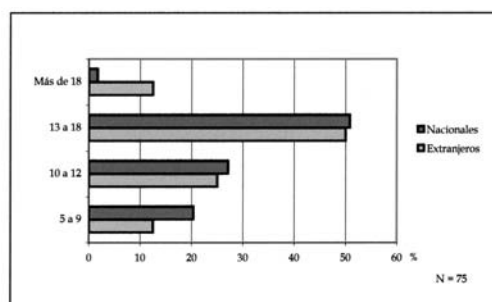


Figura 12. ZMMY: años de escolaridad de los entrevistados, 2003.

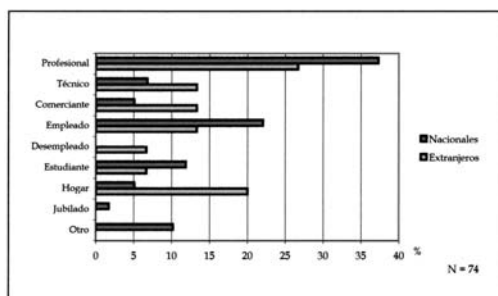


Figura 13. ZMMY: ocupación de los entrevistados, 2003.

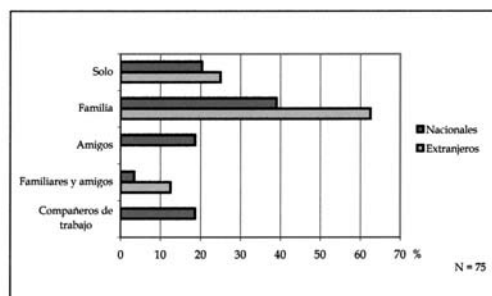


Figura 14. ZMMY: tipo de acompañantes de los entrevistados, 2003.

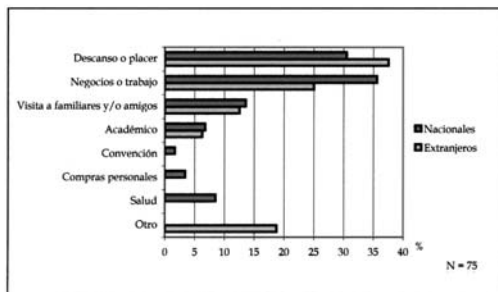


Figura 15. ZMMY: motivo principal de la visita de los entrevistados, 2003.

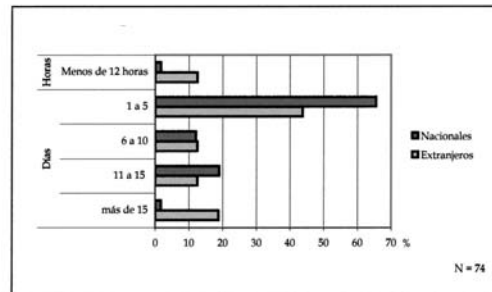


Figura 16. ZMMY: estancia de los entrevistados, 2003.

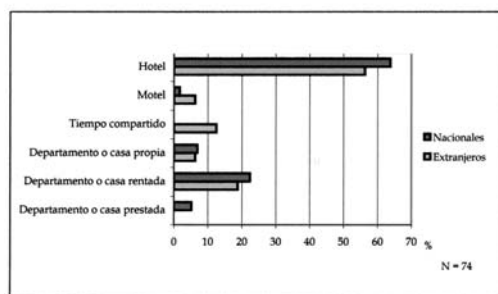


Figura 17. ZMMY: tipo de hospedaje de los entrevistados, 2003.

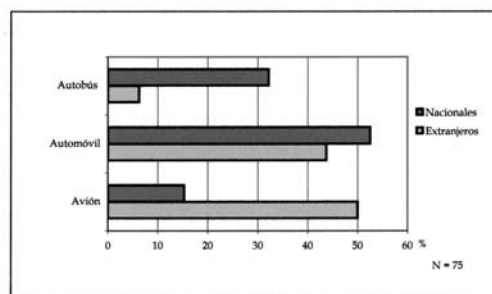


Figura 18. ZMMY: medio de transporte que utilizaron los entrevistados, 2003.

Fuente: Elaboración propia con base en investigación directa, 2003.

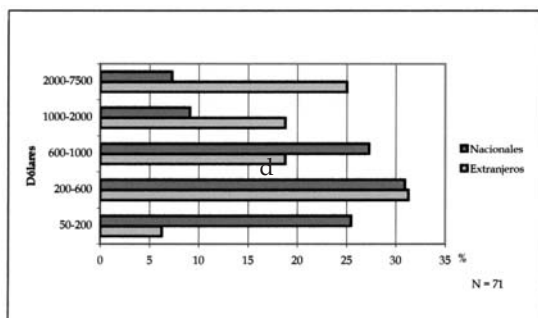


Figura 19. ZMMY: gasto de los entrevistados, 2003.

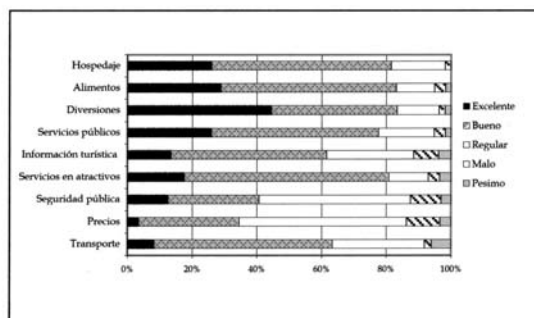


Figura 20. ZMMY: percepción de los servicios consumidos por los turistas nacionales, 2003.

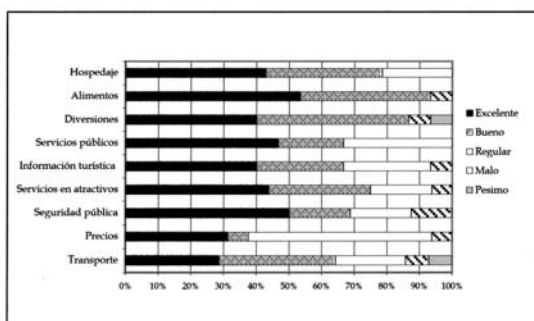


Figura 21. ZMMY: percepción de la calidad de los servicios consumidos por los turistas extranjeros, 2003.

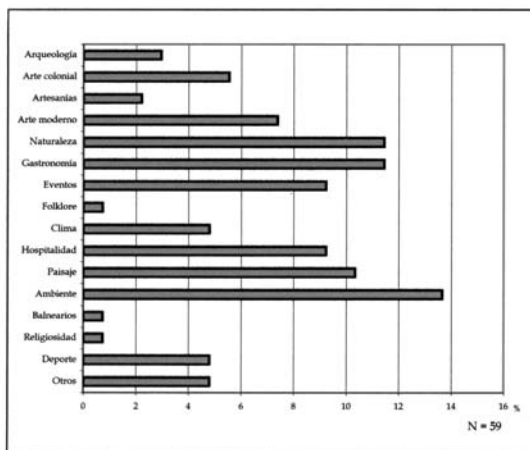


Figura 22. ZMMY: preferencias del turista nacional entrevistado, 2003.

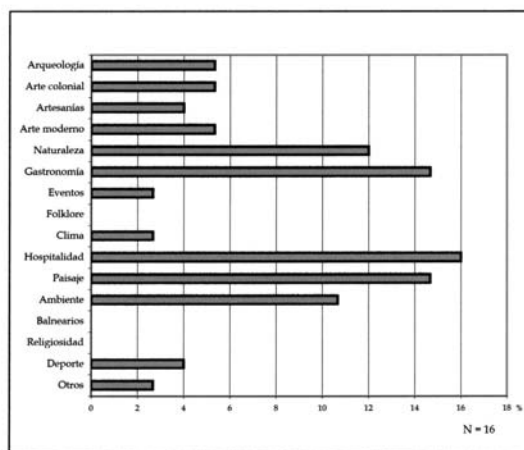


Figura 23. ZMMY: preferencias del turista extranjero entrevistado, 2003.

Fuente: Elaboración propia con base en investigación directa, 2003.

Finalmente, respecto a la procedencia de los turistas entrevistados, se detectó que la mayor parte provenía tanto de entidades cercanas a Nuevo León como de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México: 20% de Tamaulipas, 15 del Distrito Federal, 11 de Texas y 9 de Coahuila y el Estado de México, respectivamente (Figura 24). En este último caso, se trata de mexicanos que viven en Estados Unidos y que visitan México atraídos por la existencia de lugares turísticos relativamente cercanos a la línea fronteriza, en particular si tienen un ingrediente natural especial como los saltos de agua, los cañones o los bloques montañosos más llamativos de la Sierra Madre Oriental, que haga contraste con las condiciones imperantes del relieve y el clima de Texas,

donde vive la mayoría de este tipo de turistas. Otra vez, es evidente el peso que tienen los elementos del medio geográfico-físico en la conformación territorial del turismo en esta ciudad del noreste de México.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

La ZMMY, a diferencia de otras grandes ciudades de México, constituye un núcleo de actividad turística significativa cuya raigambre se basa en la vecindad de distintos lugares que disponen de un potencial de recursos naturales ostensible, más que en lo que se encuentra dentro del entorno urbano que, en sí mismo, ofrece una variedad importante de recursos culturales para el turismo. Tales lu-

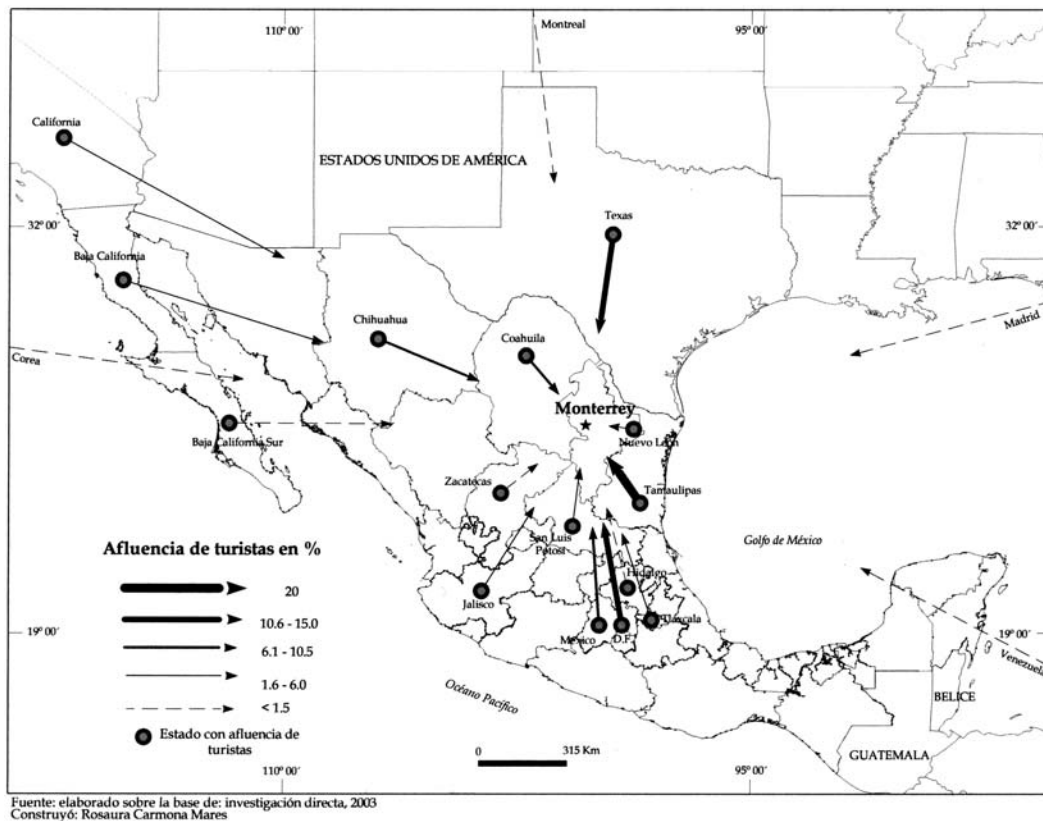


Figura 24. Monterrey: procedencia de los turistas entrevistados, 2003.

gares, como los asentados en la porción de la Sierra Madre Oriental que corresponde al municipio de Santiago, o los parques y cerros que se incluyen dentro de los perímetros municipales de Monterrey o Guadalupe, pareciera que están muy distantes de esta gran aglomeración urbana y, sin embargo, se encuentran muy próximos a ella. Tal circunstancia de *ubicación cercana-accesibilidad rápida* explica esta asociación mayor de la actividad turística en Monterrey con la naturaleza y *no con la ciudad propiamente dicha*.

Tanto el relieve, como los recursos hídricos y la cubierta vegetal de los sitios naturales que circundan a Monterrey pueden ser la base de un turismo sostenible en el mediano plazo. Las distancias relativamente cortas entre la gran urbe y la sierra, los cañones y los bosques templados hacen que el turista llegue a alojarse en la ZMMY, y ésta se convierta en la base desde la que se pueden realizar recorridos que tienen como destino preferente varios lugares ubicados en el cuerpo principal de la Sierra Madre Oriental, donde es posible disfrutar diversas manifestaciones naturales: caídas de agua, cauces de ríos encañonados, bosques de pinos y encinos y avistamiento de fauna local.

En contraste, y a pesar del abanico relativamente amplio de la oferta cultural regiomontana para el turismo, ésta todavía no genera los flujos de importancia como de los que se dispone en otras ciudades de México, que se insertan en forma favorable en el mercado turístico nacional precisamente por su oferente cultural, como Guanajuato y la misma capital del país. Sin embargo, y con respecto a los elementos contenidos dentro de la trama urbana, Monterrey dispone de una infraestructura de servicios, en particular los de transporte y hospedaje, de diversa clase que, si bien fue demandada y creada por otros sectores de actividad económica como la industria, ahora el turismo la utiliza y promociona para atraer la atención de un mercado potencial radicado tanto al interior de México como en el exterior,

en particular, el referido a los turistas estadounidenses de origen mexicano afincados en Texas.

Es posible aseverar que, en el corto plazo, Monterrey continuará con una actividad turística de importancia, en especial por el interés que hay dentro del propio mercado interno por visitar núcleos urbanos que ofrecen satisfactores originales, derivados de una *mezcla de recursos naturales y culturales para el turismo*, línea en la que la capital regiomontana tiene un lugar privilegiado. Al ser una gran ciudad de negocios, Monterrey sostendrá flujos de arribo de personas que, si bien están más relacionadas con la esfera de la industria y los servicios, también están dispuestas a demandar y consumir recursos e infraestructura turística ofrecida en la ciudad. La zona de influencia de la capital de Nuevo León, perfilada sobre buena parte del noreste de México, garantizará el arribo de turistas procedentes de estados como San Luis Potosí, Tamaulipas y Coahuila, que buscarán alojamiento, servicios, distracción y originalidad en los productos brindados en Monterrey, entre ellos los derivados de la promoción y uso de recursos naturales relacionados con el relieve, el agua y la cubierta vegetal, además de los culturales, como la existencia de museos de distinto tipo y la reconversión de la arqueología industrial con fines turísticos.

El turismo no convencional, asociado con la práctica de caminatas, descenso en cañones, apreciación del entorno natural, parece contar con un futuro inmediato promisorio, en especial por la promoción que de estas actividades se realiza en internet y en otros medios de comunicación masiva en Estados Unidos. Este tipo de turismo alternativo, de bajo impacto, demanda de quien lo practica una conciencia sobre el medio geográfico de acogida que, en forma lamentable, no prevalece entre los turistas mexicanos, acostumbrados a otra clase de productos turísticos, más masivos, más de disfrute inmediato, sin pensar en la conservación del escenario donde se llevan a cabo tales

actividades, no enterados de los designios del turismo sostenible. Tal circunstancia determinará, en los siguientes años, que en la ZMMY continúe, por un lado, el turismo de negocios y de convenciones, que utilice la infraestructura urbana de primera categoría y, por el otro, se propague esta sigilosa dinámica turística originada por personas concientes del medio, cuyo interés por los lugares contenidos en la ZMMY se centra en productos turísticos *originales*, poco conocidos que, en último caso, son la esencia primaria del verdadero turismo.

NOTAS:

¹ Este trabajo deriva de la línea de investigación *Geografía del turismo en México*, que se desarrolla actualmente en el Instituto de Geografía de la UNAM. Queremos agradecer y reconocer la colaboración de Rosaura Carmona Mares, becaria de la maestría en Geografía, quien amablemente diseñó y elaboró la parte gráfica de este estudio.

² El próximo gran congreso que se celebrará en Monterrey está programado para 2007 cuando la ciudad se convierta en la sede del *II Foro Universal de las Culturas*, cuya primera versión se desarrolló en Barcelona, España, en 2004.

³ Estas encuestas fueron levantadas durante un viaje de campo, realizado por el noreste de México, en junio de 2003, por alumnos de la licenciatura en Geografía de la UNAM que participaban en tal recorrido.

REFERENCIAS

Alonso, B. (1989), *Atractivos turísticos de Monterrey y sus alrededores*, tesina de licenciatura en Hotelería y Turismo, Universidad Regiomontana, Monterrey.

Carmona, R. (2004), *Organización territorial del turismo en Tijuana, Baja California*, tesis de licenciatura en Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.

Cidade, I. (1999), "Espaço desigual, imagem de cidade e turismo em Brasília" *Espaço, Turismo e*

Desenvolvimento, Universidade de Brasília, Brasília, Brasil, pp. 107-127,

Chang, T. and S. Huang (2004), "Urban tourism: between the global and the local", *A Companion to Tourism*, Blackwell Companions to Geography, Blackwell Publishing, Oxford, pp. 223-234.

Gallegos, O. y Á. López (2004), "Turismo y territorio en Ciudad Juárez, México", *Investigaciones Geográficas, Boletín*, núm. 53, Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 141-162.

Galván, M. (1970), *La oferta turística de Monterrey y zonas adyacentes (hacia un plan de fomento turístico)*, tesis de licenciatura en Economía, Universidad de Nuevo León, Monterrey.

García, E. (2004), *Modificaciones al sistema de clasificación climática de Köppen*, 5ta. ed., Serie Libros, núm. 6, Instituto de Geografía, UNAM, México.

Garza, G. (1995), *Atlas de Monterrey*, Gobierno de Nuevo León-Universidad Autónoma de Nuevo León-El Colegio de México, México.

Garza, L. (1995), "Infraestructura recreativa, cultural y turística", *Atlas de Monterrey*, Gobierno de Nuevo León-Universidad Autónoma de Nuevo León-El Colegio de México, México, pp. 297-302.

Hiernaux, D. (1989), "El espacio reticular del turismo", *Geografía y Desarrollo*, núm. 3, Colegio Mexicano de Geógrafos Posgraduados, México, pp. 31-39.

Law, C. (1994), *Urban Tourism. Attracting visitors to large cities*, Continuum International Publishing Group.

López, Á. (2001), *Análisis de la organización territorial del turismo de playa en México, 1970-1996. El caso de Los Cabos, Baja California Sur, México*, tesis de doctorado en Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.

Mathieson, A. and G. Wall (1992), *Tourism: economic, physical and social impacts*, Prentice Hall, London.

- Ortiz, F. (1969), *Centro turístico en la mesa de Chihuahua*, tesis de licenciatura en Arquitectura, Universidad de Nuevo León, Monterrey.
- Ozuna, F. (2002), *Clasificación tipológica de los sitios turísticos en México para el ordenamiento territorial*, tesis de maestría en Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México.
- Page, S. (1995), *Urban Tourism*, International Thomson Business Press.
- Propín, E., Á. López y Á. Sánchez-Crispín (2004), "Territorios preferenciales de los grupos hoteleros internacionales en América Latina y el Caribe, a principios del siglo XXI", *Investigaciones Geográficas, Boletín*, núm. 53, Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 122-140.
- Propín, E. y Á. Sánchez-Crispín (1998), "Tipología de los municipios turísticos de México, a fines del siglo XX", *Geographicalia*, 36, Universidad de Zaragoza, Zaragoza, España, pp. 147-157.
- Propín, E. y Á. Sánchez-Crispín (2002), "La estructura regional del turismo en México", *Eria*, 59, Revista de Geografía de la Universidad de Oviedo, Oviedo, España, pp. 386-394.
- Sánchez-Crispín, Á. (2002), "El territorio y las nuevas formas del turismo en México: el caso de Mapimí, Durango", *México en su unidad y diversidad territorial*, tomo II, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática y Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística, Aguascalientes, México, pp. 628-635.
- Secretaría de Desarrollo Económico de Nuevo León (2003), *Estadísticas del sector turismo en Nuevo León*, Gobierno de Nuevo León, Monterrey.
- SEDESOL (2002), *Sistema Urbano Nacional 2000-2002*, Secretaría de desarrollo Social, México.
- SECTUR (2003), *Boletín cuatrimestral de Turismo*, 6, septiembre-diciembre 2002, Secretaría de Turismo, México.
- SECTUR (2003a), *Compendio estadístico del turismo*, 2003, Secretaría de Turismo, México.
- Selby, M. (2004), *Understanding urban tourism: image, culture and experience*, I.B. Tauris, London.
- Shaw, G. and A. Williams (2004), *Tourism and Tourism Spaces*, Sage Publications, London.
- Teo, P. and B. Yeoh (1997), "Remaking local heritage for tourism", *Annals of Tourism Research* 22, pp. 589-615.

Material cartográfico utilizado

- INEGI (1997), *Carta topográfica*, escala 1:250 000, G14-7 Monterrey, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Aguascalientes, México.
- INEGI (2000), *Carta topográfica*, escala 1:50 000, G14 25 Garza García, G14 26 Monterrey y G14 36 Allende, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Aguascalientes, México.