

24. 99
Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE ECONOMIA



LOS RECURSOS HUMANOS EN EL DESARROLLO
DEL TURISMO Y SU IMPACTO EN LA ECONOMIA
"EL CASO DE MICHOACAN"

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMIA
P R E S E N T A:

LINO JARAMILLO AMADOR

MEXICO, D. F.

MAYO DE 1983



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

LOS RECURSOS HUMANOS EN EL DESARROLLO DEL TURISMO Y SU
IMPACTO EN LA ECONOMIA "EL CASO DE MICHOACAN"

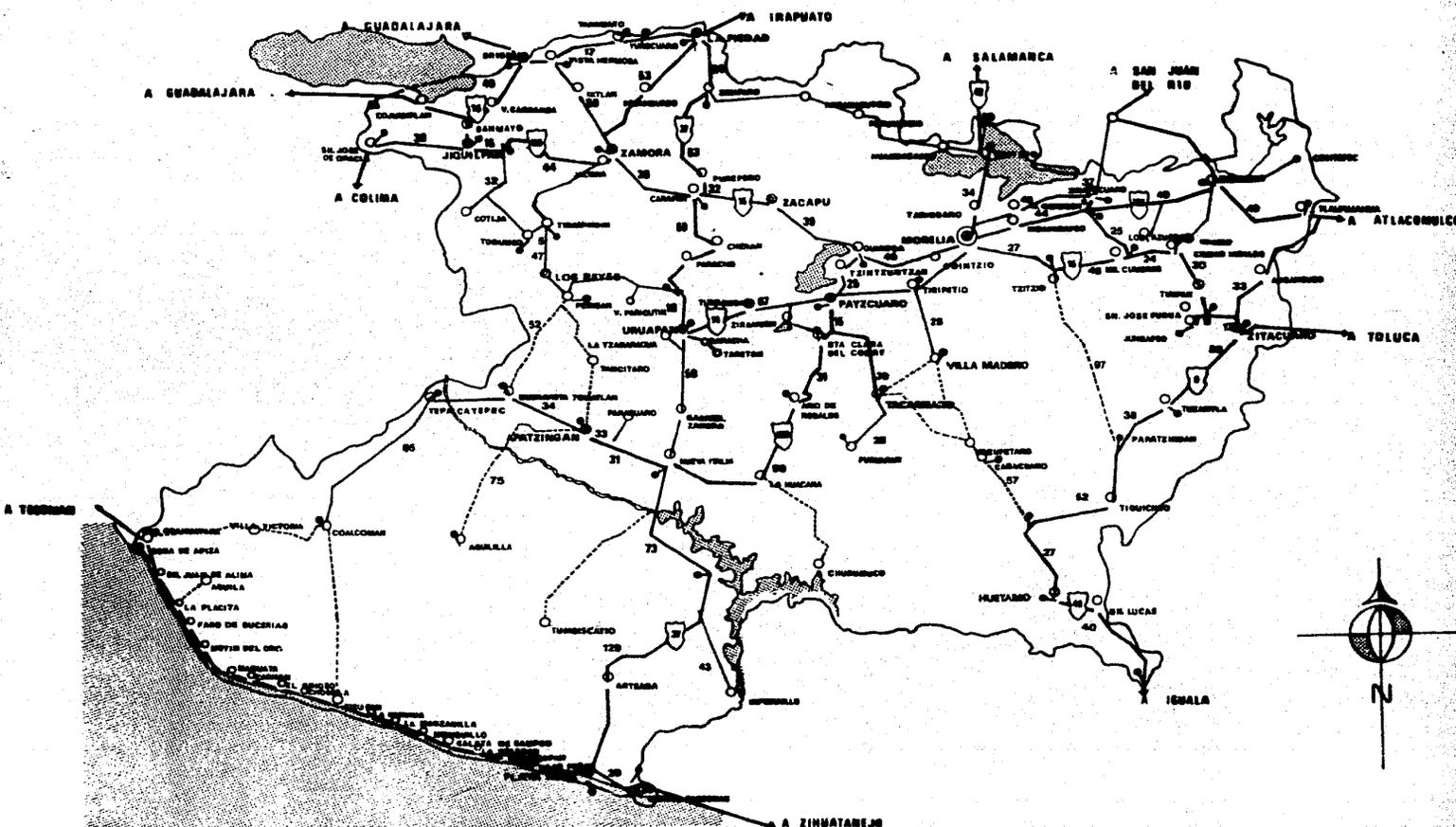
	Pág.
INTRODUCCION.	1
CAPITULO I. MARCO TEORICO.	
1.1. Clasificación del Turismo y sus Objetivos.	7
1.2. Supraestructura Turística.	18
1.3. Los Recursos Humanos en el desa rrollo Turístico.	29
CAPITULO II. MARCO SOCIOECONOMICO.	
2.1. Repercusión Socioeconómico del- Turismo.	36
2.2. Política Turística a nivel Na-- cional e Internacional.	46
2.3. Impacto de los Recursos Humanos en el sector Turismo.	57
2.4. Problemática de la Enseñanza Tu rística.	62
CAPITULO III. MERCADO TURISTICO DE MICHOACAN Y SU - PARTICIPACION ECONOMICA.	
3.1. Patrimonio Turístico (real y po tencial).	69
3.2. Infraestructura Turística.	93
3.3. Equipamiento y Servicios.	99
CAPITULO IV. PERSPECTIVA TURISTICA DE MICHOACAN.	
4.1. Diagnóstico Estatal del Turismo.	106
4.2. Políticas Económicas.	111
4.2.1. Estrategias de Desarro- llo.	117

4.3. Metas Socioeconómicas. 122

CONCLUSIONES. 126

FUENTE BIBLIOGRAFICA. 130

APENDICE ESTADISTICO. 144



INTRODUCCION

El turismo es un factor de desarrollo socioeconómico que no ha sido aprovechado en nuestro país íntegramente, aun cuando nuestro potencial es muy amplio. Sin embargo, existe una marcada tendencia a perder competitividad con la incorporación de nuevos países a este mercado.

La crisis por la que atraviesa nuestro país y que determinó que el Jefe del Ejecutivo Federal llevara a cabo la estatización de la banca privada y la implantación del sistema generalizado del control de cambios, reclama con urgencia y desde una perspectiva nacional y popular, emprender de inmediato una serie de reformas estructurales con vistas a la organización de un patrón de desarrollo que enfrente decididamente la crisis global que estamos viviendo. Dentro de estas reformas, se debe jerarquizar al sector turismo, ya que por la dinámica que abarca, constituye una fuente inagotable de riqueza; que como ya se apuntó, está subaprovechada, sobre todo por la ausencia de personal especializado y debidamente capacitado que participe con decoro en la administración, -- operación, supervisión y prestación de los servicios directos e indirectos de los polos turísticos reales y potenciales, lo cual es una condición que debe cumplirse, si desea--

mos seguir siendo competitivos en el mercado internacional.

Al proponer este tema como tesis, considero que los recursos humanos son básicos, especialmente en la actividad turística. Situación que será examinada con detalle al estudiar aquellas áreas en las que no ha sido suficientemente valorada la capacitación de personal, dado que los programas educativos orientados a la formación de prestadores de servicios turísticos, no responden a las necesidades concretas de esta actividad.

En la actualidad, estos programas son sólo los vestigios de un propósito diseñado para un tipo de estructura organizacional muy distinta de la que exige la realidad, enmarcada por:

La calidad de servicio que requiere el turista, desde la motivación, orientación, arribo y estancia.

Respecto al enfoque de la tesis hacia el Estado de Michoacán y la actividad turística, tiene por objeto comparar su potencial turístico y su grado de aprovechamiento por este sector que reúnen características propias para una explotación más racional en esta entidad.

Para precisar esta idea, baste señalar, en primer término,-

su riqueza natural como: playas, montañas, climas, ríos, lagos, flora, etc. En segundo lugar, su valor cultural, destacando sus ruinas arqueológicas, museos, artesanías, ferias, fiestas regionales, su folclor, sus tradiciones, etc. Por último, su infraestructura y localización geográfica, que permite ubicar al Estado de Michoacán potencialmente turístico.

El planteamiento que se hace en este trabajo sobre el factor humano en la actividad turística, también obedece al hecho de que este sector tiene una amplia capacidad de generación de riqueza a corto plazo, siempre que sea valorada como una estrategia de desarrollo dinámica, capaz de propiciar un crecimiento socioeconómico, si tomamos en cuenta los siguientes factores:

Por su capacidad para estimular el crecimiento de diversos sectores de la economía.

- Por su importancia en la captación de divisas.
- Por la derrama de beneficios, proyectada a todas las clases sociales y a todo el territorio nacional.
- Por la utilización de recursos renovables e ilimitados.
- Por la generación de empleos con plantas productivas de reducida inversión y de mano de obra intensiva.

- Por la capacidad de atracción de inversiones privadas y
- Por ser un apoyo constante al desarrollo social más equilibrado.

Las consideraciones anteriores, adquieren mayor trascenden--
cia por la coyuntura que vive nuestro país, que exige redu--
cir las presiones internas y externas, por lo que considero--
como una necesidad, plantear políticas socioeconómicas tanto
a nivel nacional como estatal, capaces y coherentes para un--
aprovechamiento más racional de los recursos turísticos por--
parte de este noble sector, que hasta ahora ha sido orienta--
do preferentemente hacia el turismo proveniente de otros país
ses, como lo evidencian la realidad oficial y estadística. -
Así como las reglamentaciones y los instrumentos económicos.

Por el planteamiento de la tesis, su análisis será de lo ge--
neral a lo particular, así tenemos que, en el primer capítu--
lo, —MARCO TEORICO— se contempla la clasificación y los --
principales objetivos del turismo, así como la supra estruc--
tura turística, entendida ésta como al conjunto de organis--
mos públicos y privados que regulan, fomentan o coordinan es--
ta actividad y en el inciso tres, la teoría de los recursos--
humanos, enmarcado como parte medular de la tesis por ser --
prioritario dentro de la estrategia de desarrollo turístico.

En el capítulo segundo —MARCO SOCIOECONOMICO— se analizan varios factores de importancia, como son: la repercusión socioeconómica del turismo, las diferentes políticas que se siguen, tanto las de carácter positivo como las negativas, a nivel nacional e internacional, lo cual nos permite evidenciar uno de los factores de baja captación turística, al igual que los recursos humanos y su impacto en la economía y en el sector que nos ocupa. Al final de este capítulo, la problemática que la enseñanza turística encierra en relación a los objetivos y al tiempo que se dispone para la instrucción.

Capítulo tercero —MERCADO TURISTICO DE MICHOACAN Y SU PARTICIPACION ECONOMICA— en primer término, se relacionan los recursos naturales y culturales, posteriormente, la infraestructura turística y sus características físicas, el equipamiento y los servicios tanto reales como los potenciales, principal oferta de la entidad para el desarrollo de esta actividad.

En el último capítulo —PERSPECTIVA TURISTICA DE MICHOACAN— se intenta presentar un panorama halagüeño tanto para el Estado de Michoacán como para el sector turístico a nivel nacional; partiendo de un diagnóstico estatal del turismo y -

apoyado por las diferentes políticas económicas y las estrategias de desarrollo del turismo, tendientes al logro de -- las metas socioeconómicas.

Para finalizar, se presentan las conclusiones de este trabajo, con la idea de influir en los hechos económicos que esta actividad genera. Basado en la demostración y los conocimientos de la problemática que envuelve al Estado de MICHOACAN y al sector TURISMO.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1. CLASIFICACION DEL TURISMO Y SUS OBJETIVOS.

Partiendo de la definición del turismo por el Diccionario - de la Lengua Española (Madrid 1970) como "Afición a viajar - por gusto de recorrer un país". "Organización de los medios conducentes a facilitar estos viajes"; y considerando a esta actividad como uno de los fenómenos sociales más significativos de nuestro tiempo, que se manifestó con más fuerza - a principios del Siglo XX, es imposible en la actualidad, - ignorar ni sus problemas ni su importancia. Millones de per- sonas se desplazan de sus lugares de origen y de residen- - cia, influyendo en modos y modas, y dejando una cierta can- tidad de divisas que tienen una gran importancia en la eco- nomía del ámbito receptor. (1)

Resulta tan importante esta actividad, que hasta la fecha - existe una gama de definiciones de diversos autores, entre- las que destacan las siguientes:

"Por turismo designamos el conjunto de relaciones y activi-

(1) El Perfil de México en 1980, Vol. 2. Varios autores, Mé- xico, Siglo XXI editores. 9a. Edic. 1980.

dades relacionadas con el movimiento transitorio y voluntario de forasteros, por motivos no profesionales ni de negocios". (2)

El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se derivan de la estancia en lugares turísticos en cuanto esa estancia no suponga establecer domicilio personal ni se oriente a la instalación de cualquier tipo de industria. (3)

"El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (4)

Todas estas definiciones son sólo una conceptualización errónea, según el Profesor Luis Fernández Fuster (Univ. de Madrid) en su teoría y técnica del turismo, hace notar que el concepto de turismo es más amplio, es por un lado, conjunto-

(2) Paul Bernecker.

(3) México y sus Problemas. Hunzicker y Krapt. Pág. 37.

(4) Torre Padilla, Oscar de la. El Turismo Fenómeno Social.- Fondo de Cultura Económica. México, 1980. Pág. 3.

de turistas que cada vez son más numerosos; y por el otro, - son los fenómenos y relaciones que esta masa produce como consecuencia de sus viajes. Turismo es todo el equipo receptor de hoteles, agencias de viajes, transportes, espectáculos, guías, intérpretes, etc. que un núcleo debe habilitar para atender a las corrientes turísticas que lo invaden y - que no promoverían si no los recibiera. Turismo son las organizaciones privadas y públicas que sirven para fomentar - la infraestructura y la expansión de los servicios; las campañas de propaganda que hay que definir, ejecutar y difundir la creación de oficinas de información; la creación de escuelas para la enseñanza del turismo, el estudio del turismo para deducir las líneas generales de la política a seguir y la promoción del turismo social. También son turismo los efectos negativos o positivos que se producen en las poblaciones receptoras; turismo es también paradójicamente el efecto que se produce cuando se corta la afluencia turística. (5)

Es indudable que existen múltiples interpretaciones respecto al turismo, fenómeno que, si bien tiene antecedentes re-

(5) El Perfil de México 1980. Varios autores. México. Siglo XXI editores, Pág. 171.

motos, sólo hasta nuestros días debido al carácter masivo -- que ha ido adquiriendo y sobre todo a sus repercusiones en -- la vida social, económica y cultural de los pueblos, ha merecido la debida atención tanto de los gobiernos como de sectores privados cada vez más amplios que en forma directa o indirecta participan de sus beneficios. (6)

Hay quienes sin llegar a percatarse de la trascendencia del turismo y sin tomar en consideración las consecuencias positivas o negativas que se derivan del cuidado que se preste -- al mismo, lo aprovechan exclusivamente con fines de enriquecimiento. Son aquellos que con mero sentido mercantilista lo definen como una sucesión de transacciones comerciales y económicas. Para otros, hablar de turismo es mencionar una industria basándose en la presencia de un producto sujeto a la oferta y la demanda, dentro de lo que conocemos como mercado turístico y hay también quienes, para fines de control y estadística lo clasifican en simple movimiento migratorio.

Es obvio que el tema no puede analizarse sustrayendo al hombre de su medio, de su contorno, de su circunstancia; la zona geográfica en que vive, el trabajo o la ocupación a la --

(6) Torre Padilla, Oscar de la. El Turismo como Fenómeno Social. F.C.E., México 1980, Pág. 11.

que está obligado, la situación general del país, el régimen social de que disfruta, el nivel de vida en que se desenvuelve, etc.

Derivado de esta serie de análisis y abstracciones, se deducen las siguientes clasificaciones del turismo:

Por su origen: nacional y extranjero.

Por su motivación: de recreación, descanso, cultura y salud.

Por su permanencia: de corta y de larga duración.

Por su forma de viajar: excursión, autónomo.

Por el medio de transporte: aéreo, terrestre y acuático.

Por su posibilidad de elección: libre y dirigido.

Dentro de estas clasificaciones destacan o se pueden sintetizar las motivaciones turísticas y las condiciones estructurales para una mejor comprensión de los objetivos de esta actividad.

Las motivaciones turísticas son el resultado y la exigencia original del hombre. "Se busca en la naturaleza el placer, - el reposo, la tranquilidad; es decir, un conjunto de bienes de carácter refinado: placer físico del farniente en la playa, o la exaltación de una carrera en la nieve, placer estético en la contemplación de un amanecer o de un panorama; sa

tisfacción de aficionado buscando y estableciendo el catálogo de la flora local, etc. El goce turístico se basa en la necesidad y en la conveniencia de que la oferta de satisfacciones y de sugerencias que la naturaleza encierra, permanezcan inalterables y aún se enriquezcan mediante trabajos o esfuerzos singulares".

Esta es una de las grandes motivaciones turísticas: la naturaleza. La otra, sin duda alguna, tiene un gran nombre: la civilización, que encierra toda la huella de muchos pueblos que ya han desaparecido, otros permanecen en el olvido o yacen escondidos, pero gran cantidad de monumentos, de ruinas, de obras cuidadas y reconstruidas, aparecen a nuestra vista como objetos de estudio, deleite, de contemplación curiosa.

Existen otro tipo de motivaciones muy interrelacionadas con el presente y el pasado, como son: lugares conectados con religiones y creencias, los puntos geográficos donde tuvieron lugar acontecimientos históricos de relieve, las ciudades o los pueblos que habitaron hombres famosos, los centros culturales donde se imparten enseñanzas de carácter internacional, etc.

Todas estas motivaciones existen y además tienen la capacidad de incitar y de llamar a su contemplación, a su conoci-

miento directo, vivo, "in situ".

Las condiciones estructurales son aquéllas que han hecho posible el desarrollo de este fenómeno, como son:

- a. La existencia de una forma dada de civilización técnico-industrial.
- b. Cierta grado de desarrollo urbanístico.
- c. Modernización y seguridad en la transportación.

La primera característica es indudable factor propiciatorio de corrientes turísticas por el grado de desarrollo que tienen ciertos países, permite ubicarlos como los más habitados al turismo, sea por su actividad rutinaria, sea por los elevados ingresos que disfruta, de ahí que, países de economía industrial avanzada sean geográficamente las zonas emisoras de corrientes turísticas como: Estados Unidos de América, Inglaterra, Canadá, Bélgica, Alemania, Suiza, etc.

La segunda premisa-grado de desarrollo urbanístico estriba en que países con esta característica tengan presiones por las aglomeraciones que han generado una enfermedad nueva como es el stress y que invariablemente provoca el deseo de viajar y de relajarse en cuanto tienen oportunidad.

El tercero y último punto —Modernización y seguridad del --

transporte— es un elemento de suma importancia para el desarrollo del turismo, sobre todo con sus características actuales donde la comodidad, la rapidez y el costo moderado, han hecho posible y han empujado a la frecuentación reciente y masiva de los principales centros de recreación turística.

OBJETIVOS DEL TURISMO.

Es innegable el significado que tiene el turismo, sobre todo en un país como el nuestro, por los efectos económicos a corto plazo reflejados en la balanza de pagos que permita compensar los desequilibrios del comercio internacional. Así, las divisas que esta actividad genera, son un pequeño desahogo muy importante. Igualmente, como generadora de empleos la llamada "INDUSTRIA SIN CHIMENEAS", también desempeña un impactante papel, aunque no en la misma medida que otras "Industrias con Chimenea". (7)

Desde este contexto, el Sector Turismo tiene como objetivos, compensar la desviación de la estructura productiva, incapaz de allegarse de divisas que aseguren su éxito, que hasta ahora, ha generado constantes desequilibrios, manifestados en el creciente y peligroso endeudamiento que padecemos.

(7) Revista de Comercio Exterior. México. Mayo 1978. Pág. -- 545.

Estos objetivos de carácter correctivo, están basados en las "VENTAJAS" que representa la actividad turística (dudosas -- por las desviaciones y los efectos ocultos e indeseables que se cuestionan) (8) como son las riquezas de paisajes clasificada en oferta primordial y de desarrollo de infraestructura considerada como la oferta complementaria con que cuenta el país y que conforman la oferta turística susceptible de aprovechamiento, capaz de motivar los desplazamientos para dar origen al turismo.

La oferta primordial, de acuerdo con su constitución se conocen como atractivos naturales y atractivos culturales. Los primeros son todos aquellos que existen, pero en cuya conformación no ha intervenido el hombre, como: montañas, planicies, costas, lagos, ríos, cascadas y grutas, manantiales -- termales, veneros y fuentes, agrupamientos de flora y fauna, cotos de caza y pesca, climas, parques nacionales, etc., todos ellos catalogados como atractivos naturales.

Los atractivos culturales, son el conjunto de manifestaciones directas de la idiosincracia humana, a saber:

(8) Revista de Comercio Exterior. México, marzo-mayo, 1978.

Folclor.- costumbres, creencias, artesanías, música, danzas, peculiaridades culinarias.

Museos.- de Arte de Historia.

Lugares Arqueológicos, Históricos.

Obras de Arte y Técnicas.- Arquitectura, pintura, escultura, decoración, explotaciones, centros espaciales.

Eventos programados.- Ferias y exposiciones, festivales de cine y teatro, concursos, celebraciones de carnaval y otros.

Centros varios.- Comerciales, de diversión, religiosos, casinos de juegos.

La oferta complementaria comprende todos los servicios que hacen posible el acceso y la permanencia de los turistas, - tales elementos lo forman:

- a. Las obras de infraestructura, o sea, las carreteras, -- aeropuertos, obras de riego, electrificación, acondicionamiento y adaptación necesaria para el apoyo y desarrollo de la actividad turística.
- b. El equipamiento turístico, conformado por las instalaciones, establecimientos, equipos y servicios, transportación especial.
- c. La supraestructura turística, que comprende a los orga-

nismos y las instituciones públicas y privadas que tienen como objetivos, vigilar, promover y armonizar la -- producción y venta del servicio turístico.

Apoyados por esta oferta turística, los objetivos que tiene el desarrollo del turismo, son: (9)

1. Consolidar el papel estratégico del turismo en el desarrollo económico nacional, acelerando el crecimiento -- del producto interno.
2. Propiciar la inversión del Sector Privado, para que contribuya a absorber productivamente el excedente económico nacional.
3. Contribuir al equilibrio de la balanza comercial, modificando la estructura turística a través del turismo receptivo de internación y del fronterizo (exportación de servicios), así como mediante la sustitución de viajes-- al exterior por viajes al interior (sustitución de im--portaciones).
4. Acelerar la creación de oportunidades de empleo para -- el extenso mercado de trabajo y hacer realidad el derecho--

al trabajo.

5. Generar una distribución regional más equilibrada del ingreso que coadyuve su desarrollo.
6. Participar en forma dinámica en el mercado turístico a nivel internacional.

1.2. SUPRAESTRUCTURA TURISTICA.

La supraestructura turística se encuentra estrechamente vinculada a la organización administrativa pública federal, toda vez que está formando parte de ella y que por razones de orden político y económico se fueron creando a partir de 1929, una serie de organismos que con el transcurso del tiempo integraron dicha supraestructura.

Es importante señalar que, el marco jurídico que dio vida a estos organismos, estaban encaminados a la promoción e impulso de la corriente turística hacia el país, especialmente la procedente de Norteamérica. Sin embargo, este objetivo se cumplió sólo parcialmente por la falta de coordinación entre la estructura técnica y jurídica y la función económica, razón de más que hizo difícil definir una política económica congruente con el proceso global de crecimiento y desarrollo económico del sector turístico.

El planteamiento que se ha formulado lo podemos corroborar con las funciones que se fueron confiriendo a los organismos que se iban creando a partir de la fecha arriba indicada en que se constituyó la COMISION MIXTA PRO-TURISMO, dependiendo de la Secretaría de Gobernación con la aprobación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Esta comisión la integraban representantes de la iniciativa privada y de diversas secretarías y departamentos de Estado que se consideraban vinculados al turismo. Asimismo, del Banco de México, S. A. y de las demás instituciones bancarias, de la Confederación de Cámaras de Comercio, de la Confederación de Camaras Industriales, de la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, de las demás empresas ferrocarrileras y de navegación, así como por las empresas e instituciones, cuya designación hiciera la Comisión Mixta Pro-Turismo. *

Cabe destacar que dicha Comisión, funcionó sólo seis meses y que por el número tan elevado de sus miembros representaba un serio obstáculo en el cumplimiento de sus funciones, al limitar su acción y facultad decisoria en los problemas-

* Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas.

generados por el turismo en esa época.

Apenas iniciada la labor oficial en materia de turismo, el Gobierno notó la importancia que para México tenía este fenómeno y seis meses después, creó la Comisión Nacional de Turismo, por ley expedida el día 13 de enero de 1930, con la finalidad de mejorar las funciones de la Comisión Mixta-Pro-Turismo con las atribuciones detalladas a continuación:

1. Fomentar el Turismo Nacional e Internacional.
2. Asumir la dirección y orientación del fenómeno turístico.
3. Intervenir ante las autoridades, a fin de que los turistas gozaran de toda clase de garantías.
4. Procurar evitar molestias a los turistas con motivo de la aplicación de leyes de sanidad, migración y aduanas.
5. Dirigir propaganda en materia de turismo, tanto en el país como en el extranjero y,
6. En general, promover todo lo conducente al desarrollo del turismo.

1933-1947. En esta etapa quedan comprendidos tres organismos según reglamento del 8 de marzo de 1933.

1. La Comisión Nacional de Turismo.

2. El Comité Oficial en Turismo.

3. El Patronato de Turismo.

Los tres dependían de la Secretaría de la Economía Nacional. En este aspecto, cambió la política legislativa respecto al turismo, ya que la función tradicionalmente atribuida a la Secretaría de Gobernación; en esta época se encomienda a la de Economía Nacional.

1. La Comisión Nacional de Turismo quedaba integrada por - el Jefe de la Oficina de Turismo, que tenía el carácter de - Presidente y por particulares representantes de las diver-- sas actividades, que según criterio de la Secretaría de la - Economía Nacional, estuvieran vinculados al turismo.

2. El Comité Oficial del Turismo estaba presidido por el - Secretario de la Economía Nacional, y formaba parte de él, - el Director General de Aduanas de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el Director General de Caminos de la Se- cretaria de Comunicaciones y Transportes, el Jefe del Depar- tamento Consular de la Secretaría de Relaciones Exteriores, el Jefe del Servicio de Inspección General y Sanidad del De- partamento de Salubridad Pública.

3. El Patronato de Turismo, lo constituían los secretarios de: Economía Nacional, Gobernación, Relaciones Exteriores, -

Hacienda y Crédito Público y El Departamento de Salubridad-Pública.

F I N A L I D A D E S

La Comisión tenía como atribuciones, estudiar el fenómeno - del turismo, proponer las medidas a su entender necesarias- para su mejor desarrollo y servir como órgano consultivo al Comité Oficial y al Patronato.

El Comité Oficial, tenía como finalidad el estudio de los - problemas que surgieran en relación con el turismo, propo- ner soluciones concretas a los mismos, promover su desarro- llo, y todo lo relativo a transportes, circulación y resi- dencia de los viajeros.

Al Patronato de Turismo, le estaba encomendado decidir en - definitiva, las medidas que estimara necesarias adoptar en- relación con el turismo.

Con la creación de estos tres organismos coordinados entre- sí se intenta resolver los problemas relativos al turismo, - separando en cierta medida la iniciativa privada de la esfe- ra oficial.

1935-1937. En este período y desde 1934, otra vez la Secre

taría de Gobernación era la encargada de dirigir la política estatal en materia turística, ya que con la creación por decreto del 3 de mayo de 1935 de la Comisión Nacional de Turismo que estaba integrada por el Consejo Patrocinador, el Consejo Consultivo y el Comité de Turismo se retrocedía al acuerdo del 8 de marzo de 1933.

F I N A L I D A D E S

La Comisión tenía las siguientes atribuciones:

1. Definir las atracciones que el país tiene para el turista.
2. Educar el medio en favor del turismo.
3. Perfeccionar los servicios turísticos.

El Comité Ejecutivo se encargó de todo lo relativo a:

- Propaganda,
- Vigilancia de los servicios,
- Formulación de anteproyectos de Ley,
- Establecimiento de agencias de turismo en la República y en el extranjero
- y todo lo relacionado al desarrollo de esta actividad.

Al Consejo Consultivo le estuvo encomendado emitir opinio--

nes, cuando para ello fuera requerido por alguno de los - - otros dos organismos, y proponer todas las medidas que juzgase convenientes, para el desarrollo del turismo.

El reglamento de la Ley General de Población, en la parte - relacionada a Turismo, publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 7 de julio de 1937, establece como órgano encargado de desarrollar las actividades relacionadas con - el turismo, al DEPARTAMENTO DE TURISMO, dependencia de la - Secretaría de Gobernación.

Por ser órgano constitutivo de la Secretaría de Gobernación, sus funcionarios lo son de dicha Secretaría.

El Departamento de Turismo tenía a su cargo la mejora y fomento de los centros turísticos existentes, y la creación - de otros nuevos. Además, se le atribuyó la vigilancia de -- restaurantes, hoteles, casas de huéspedes y otros alojamientos, a fin de que fueran respetados los precios previamente aprobados. En general, tuvo el control de los servicios turísticos, tanto en materia de promoción y reglamentación, - como en orientación general a los turistas en las rutas y - en los centros de población.

1939-1947. A este período corresponde la creación del Con-

sejo Nacional de Turismo, de acuerdo con la ley del 9 de diciembre de 1939 y estaba integrado por:

Patronato Oficial (respaldo de la iniciativa privada)

Comisión Nacional de Turismo.

Comisiones Locales de Turismo.

El Patronato lo constituían los Secretarios de: Gobernación, Economía Nacional, Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Comunicaciones y Obras Públicas y el Jefe del Departamento del Distrito Federal. Sus funciones principales consistían en: promover el turismo y manejar el fondo que para su propaganda, fomento y desarrollo, creó el Acuerdo del 9 de diciembre de 1939.

La Comisión Nacional de Turismo, se integraba con representantes de las Secretarías arriba anotadas y las de Agricultura y Fomento, Defensa Nacional, Educación Pública y del Departamento de Salubridad Pública. También tenían representación: El Banco de México, S.A., los Ferrocarriles Nacionales de México (administración obrera), la Distribuidora de Petróleos Mexicanos; las empresas ferrocarrileras particulares, - las de aviación, navieras, hoteleras, instituciones de crédito, instituciones bancarias y de crédito hotelero, agencias de viajes, asociaciones automovilísticas, camioneras, de co-

mercio e industria y cualquier otra entidad oficial o privada, conectada con los intereses turísticos, que posteriormente a la promulgación del Acuerdo, se estimara necesario formarse parte de la Comisión.

Las atribuciones que tuvieron en su esfera fueron proponer la política que creyeran conveniente suscribir en esta materia, sugerir las iniciativas de ley que considerara pertinentes para su fomento, motivar a las empresas privadas para que mejorasen los servicios turísticos, al igual que las empresas oficiales, a fin de que se prestase atención especial a los lugares señalados como de interés turístico.

También fue su función atender, todo lo relativo a relaciones internacionales en materia de turismo.

Las comisiones locales de turismo, estaban constituidas por representantes de las autoridades Federales, Estatales y -- Municipales, así como por los organismos que en cada Estado tuvieran relación con esta actividad. Sus atribuciones fueron las mismas, que las de la Comisión Nacional.

Lo relevante de esta etapa, es la continuación de dar cabida dentro de los organismos públicos a la iniciativa privada, así como la cooperación de los Gobiernos Estatales con el Gobierno Federal.

Bajo la misma tónica, surge el día 15 de diciembre de 1949- la Dirección General de Turismo, que cumple funciones hasta 1958, fecha de la creación del Departamento de Turismo, que se desempeñó como organismo autónomo, de acuerdo con la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado, de fecha 23 de diciembre del mismo año.

El arribo de este departamento, originó la desaparición temporal del Consejo Nacional de Turismo, que volvió a apare--cer en forma definitiva hasta ahora con el decreto del día- 16 de diciembre de 1961.

También propició la creación del Fonatur (Fondo Nacional de Fomento al Turismo) al fusionarse el Infratur y el Fogatur, según decreto del 14 de noviembre de 1956, e inicia opera--ciones con una aportación inicial de 50 millones de pesos.- Coordinado por el Departamento de Turismo, sus funciones básicas consisten en:

- a. Elaboración de estudios de viabilidad de polos turísti-
cos.
- b. Apoyo económico a obras básicas de infraestructura y --
servicios.
- c. Propiciar la inversión privada mediante créditos a preg
tadores de servicios, a empresas particulares y de par-

ticipación estatal, así como a fideicomisos turísticos.

Las actividades que le corresponden al Departamento de Turismo le fueron otorgadas con la segunda Ley Federal del Turismo, del 3 de enero de 1961, entre las que se destacan las siguientes:

Fomentar el turismo, tanto en el plano nacional como el internacional.

Supervisar los servicios turísticos.

Crear o autorizar escuelas, dedicadas a la capacitación de los prestadores de servicios.

Dirigir propaganda oficial en materia turística.

Organizar y registrar las Cámaras de Turismo en su Confederación.

Formar un catálogo turístico nacional.

Cooperar con las demás dependencias del Ejecutivo, centralizadas y paraestatales, así como con los Gobiernos de los Estados, en todo aquello que tenga relación con esta actividad.

Por último, el Gobierno del C. Presidente José López Portillo, bajo la bandera de la Reforma Administrativa, eleva al-

rango de Secretaría de Estado con el decreto del día 29 de diciembre de 1974, al hasta entonces Departamento de Turismo, el cual coordina y promueve todas las actividades de -- los organismos relacionados a éste, tanto a nivel estatal -- como a los organismos privados.

Es de resaltarse la creación última, por ley del 8 de enero de 1982, un instrumento más de apoyo a esta actividad: el Banco Nacional de Turismo como un organismo de banca múltiple, mismo que inicia operaciones con un capital de \$ 220 millones de pesos.

1.3. LOS RECURSOS HUMANOS EN EL DESARROLLO TURISTICO.

Es un hecho irrefutable, que los recursos humanos tienen -- una importancia de gran trascendencia para los objetivos -- económicos de cualquier actividad, de ahí la proposición general de que los objetivos correctos de las actividades humanas, son la condición básica de su eficacia, proposición -- valedera tanto para las actividades simples como para las -- complejas de amplio alcance social.

Asentada esta premisa, se dá por hecho que ni teórica, ni -- prácticamente se ha contemplado la necesidad de contar con -- los recursos humanos adecuados, para sostener esta activi--

PRESTADORES DE SERVICIOS DIRECTOS

INTERMEDIARIOS

PRESTADORES DE SERVICIOS INDIRECTOS

Al primer grupo corresponden, todos aquellos que tienen trato directo con el turista y que por ser la primera imagen, - juega un importante papel de motivación, el gasto y el medio de transporte, como son las agencias de viajes y auxiliares-integrados por los guías de turistas, intérpretes, edecanes- y azafatas.

Definida su función social, se puede decir que una agencia - de viajes cumple muchas funciones simultáneas; a saber:

- a) INTERMEDIARIAS, es depositaria de valores de servicios, - que pertenecen a las empresas prestadoras, mismos que -- ofrecen al público por el mismo precio que el de la em-- presa. (10)
- b) ORGANIZADORAS, es transmisora de peticiones del público- frente a las compañías que prestan el servicio directa-- mente.
- c) PROMOTORAS, es creadora de actividades turísticas origi-

(10) Introducción al Estudio del Turismo. M. Ortuño Martínez. Textos Universitarios, S. A. 1976. Pág. 142.

nales, que se reflejan en una oferta más amplia del ser
vicio.

Dada la complejidad de actividades que engloban los intermed
diarios es pertinente, asentar también, cuáles son sus res-
ponsabilidades, tanto frente a los usuarios como frente a -
los prestadores de servicios..

Frente a los usuarios, su obligación consiste en ofrecer --
unas vacaciones apasionantes, una excursión repleta de motii
vos de interés, de atractivos, de servicios especiales, de-
atención especial y cuidados personales en cada lugar que -
se proponga visitar.

Frente a los prestadores de servicios, su obligación consist
te en guardar una verdadera lealtad en toda la extensión de
la palabra, hacia las compañías de transportes, hoteleras y
de otros posibles prestadores de servicios que son sus man-
dantes, con el fin de evitar una fuente negativa y ruinoso,
por conflictos originados por desleales intermediarios.

Por su función económica, a las agencias de viajes se les -
considera como exportadoras e importadoras de turismo. O, -
en agencias activas y en agencias pasivas, por lo siguien--
te:

Son agencias activas o importadoras de turismo, ya que desde el punto de vista económico, influyen positivamente en la renta nacional, aumentándola y redistribuyéndola; la aumentan porque el turismo conocido como receptivo aporta divisas y el de los nacionales, quienes al practicar el turismo interno la distribuyen. Cabe aclarar que estas agencias, están organizadas para la recepción del turismo extranjero en el país y para el movimiento de nacionales dentro del territorio.

Son agencias importadoras o pasivas, aquellas que se dedican a organizar los viajes de los nacionales al extranjero, contribuyendo a la fuga de divisas, lo que obviamente repercute en nuestra economía.

En el segundo grupo de intermediarios, de prestadores de servicios, tenemos a todos aquellos que por su carácter de intermediarios indirectos para el desarrollo turístico, juegan el papel secundario en la motivación a volver al lugar visitado, o por lo menos a recomendarlo a visitantes potenciales. Así tenemos:

- a) Preparadores de alimentos y bebidas, sobre todo para la atracción del turismo gastronómico, así como del turismo en general que gusta de regodear el paladar con ex-

quisitos manjares y bebidas, al igual que con comida se lecta. Cabe anotar que esta práctica, ha originado la existencia de innumerables tratados de arte culinario.

- b) A los comerciantes que con la calidad y competitividad de los productos que ofrecen, han creado el llamado turismo de negocios y de compras. Su práctica fomenta o ahuyenta al turismo, por la voracidad que los ha caracterizado.
- c) A los conductores de transporte terrestre.- Estos prestadores de servicios, también implicados en el desarrollo turístico, influyen de manera decisiva con su buen trato y cortesía, así como el buen estado de la unidad a su cargo, en condiciones que no sean ni ofensivas ni tortuosas para el usuario, en el uso o en el desuso -- del mismo.
- d) A los servicios asistenciales.- Dentro de este rubro, podemos enumerar a los hospitales y consultorios, a los medios de comunicación rápida, a los talleres mecánicos, a las patrullas conocidas como ángeles verdes. Todos -- ellos, (enmarcados dentro de la infraestructura turística) importantes por ser estratégicos, que hacen posible tanto el turismo internacional como el doméstico.

Los recursos humanos de este último inciso, son quizás, los únicos que requieren de capacitación específica, para ofrecer una calidad de servicios básicos para el desarrollo de la actividad turística.

Como conclusión de la importancia que tienen los recursos humanos en el desarrollo turístico, podemos definir a esta actividad como la ciencia, arte y negocio de atraer y dar servicio a los visitantes. Los turistas siempre vuelven a los lugares donde se les recibe y se les trata bien, así como a aquéllos donde los servicios y bienes que recibieron estuvieron de acuerdo con el precio que por ellos pagaron.

CAPITULO II

MARCO SOCIOECONOMICO

2.1. REPERCUSION SOCIOECONOMICA DEL TURISMO.

La repercusión socioeconómica del turismo, se analiza a partir de la definición del profesor Luis Fernández en su "Teoría y Técnica del Turismo, anotada en el inciso 1.2, donde se destaca, que el turismo es todo lo positivo y también lo negativo, cuestionados por Jacques Bugnicourt, ⁽¹¹⁾ ahora - que gran cantidad de países han cifrado sus esperanzas en - el desarrollo de esta actividad para subsanar sus economías.

Para Jacques Bugnicourt, el turismo constituye una nueva -- forma de dominación económica y una nueva modalidad de -- crear la inferioridad cultural de los pueblos "exóticos", - en suma, una nueva forma de colonialismo. Esta afirmación, - está basada en el origen del turismo ya desarrollado, (esto es, sin considerar que existen antecedentes de la práctica del turismo desde antes de Cristo y en la edad media. ⁽¹²⁾ - Para comenzar, en algún lugar de Europa o Norteamérica, surge un deseo y cristaliza una imagen que pone las cosas en -

(11) Com. Ext. Mar-may-78.

(12) El Turismo Fenómeno Social. O. de la Torre.

movimiento. Después de haber arruinado su propio ambiente, - la gente de la sociedad de consumo se lanza a consumir el - ambiente de los otros. Esto se demuestra al analizar la pu- blicidad turística, donde se resalta el sol, el clima, las- aguas de los lagos y toda la naturaleza viva en general.

Con este marco de referencia, intentaré a continuación deta- llar las repercusiones socioeconómicas del sector en base a los parámetros más representativos derivados de las clasifi- caciones que se conocen a saber:

- 1.- TURISMO RECEPTIVO.
- 2.- TURISMO EGRESIVO.
- 3.- TURISMO INTERNO.

Estos tres grandes rubros y sus derivaciones, suponen una - amalgama de atracciones, alojamientos y entretenimientos -- que será el producto turístico. El conjunto de estos, re- quiere de la disponibilidad inmediata de una planta e insta- laciones turísticas, entre ellas, obras de infraestructura- para conformar todo el conjunto denominado "patrimonio tu- rístico". Esta planta turística determinará la estructura - productiva del sector que comprende los servicios turísti- cos y las instalaciones y equipos necesarios para producir- los conocido como equipamiento turístico, además, los recur

Los básicos que motivan los desplazamientos de turistas que son todos los atractivos turísticos.

El turismo receptivo está integrado por los visitantes que tienen fijada su residencia en el exterior y esta internación del turista genera, en términos económicos, una importación de divisas, constituyéndose en una fuente de ingresos para el país visitado, que se traducen en beneficios colectivos, dada su gran diversificación.

La aparente contradicción de estos movimientos de personas y de divisas se entiende al derivar lo que comúnmente implica importación, es una exportación de divisas por el pago de adquisición de mercancías y servicios.

Aclarada esta contradicción y la definición del turismo receptivo, pasemos al análisis analítico basado en los cuadros siguientes:

NUMERO Y GASTO TOTAL DE TURISTAS
(MILES DE PERSONAS-MILES DE DOLARES)

AÑO	NUM. TURISTAS	GASTO TOTAL	GASTO PROMEDIO	EMPLEO PARA ATENDER DEM.	NUM. DE TUR. ATEND. X EMPL.
1975	3218	800.1	248.64	663551	4.8
1976	3107	835.5	268.94	725577	4.3
1977	3247	866.5	266.87	782219	4.2
1978	3754	1121.0	298.62	815065	4.6
1979	4134	1443.3	349.13	904031	4.6
1980	4144	1671.2	403.29	1011150	4.1

Según la organización mundial del turismo, en el año de - - 1980, el turismo receptivo produjo a nivel mundial una de-- rrama económica de 92,000 millones de dólares, sin incluir- el pago correspondiente a la transportación internacional.- Estos ingresos, para los países receptivos los originaron - 279.6 millones de personas. (13)

Derivado de la observación de este organismo, tenemos que - según las cifras arriba anotadas y que corresponden al Ban- co de México, nuestro país captó cuatro millones ciento cua- renta y cuatro mil personas, que gastaron en el territorio- un millón seiscientos setenta y un mil doscientos cuarenta- y cinco dólares, lo que nos dá un promedio de gasto por tu- rista de 403.29 dólares. (14)

(13) Comercialización del turismo. Pág. 25. Cárdenas Taba-- res, Favio. Edit. Trillas. México 1981.

(14) Estadísticas básicas del sector. Banamex-Bco. de México.

La evolución y atraso mostrada por este sector durante este período, se explica por varias razones, entre las que podemos destacar las siguientes: la vecindad con los Estados -- Unidos de Norteamérica (actualmente el 85% de los visitantes provienen de ese país), recursos naturales bonitos, tradición histórica y cultural y acceso al mercado del turismo internacional.

Otro de los parámetros para medir las repercusiones, son en función del empleo generado por esta actividad.

El cuadro que se presenta a continuación, nos permite hacer una evaluación sobre la óptica que tiene la Secretaría de Turismo, donde se dio origen al Plan Nacional de Turismo.

EMPLEOS GENERADOS PARA LA ATENCION DE LA DEMANDA TURISTICA.

EVOLUCION Y METAS.

AÑO	TURISMO RECEPTIVO DE INTERNACION	TURISMO RECEPTIVO FRONTERIZO	TURISMO INTERNO	TOTAL
1970	145217	282132	138941	566290
1971	153002	294397	147239	594638
1972	177889	306593	166398	650880
1973	204349	312623	188954	705926
1974	192012	287199	208885	688096
1975	158671	280455	224425	663551
1976	176758	317741	231076	725577
1977	207658	330563	243998	782219
1978	229793	312342	272930	815065
1979	272512	327597	303922	904031
1980	321539	345843	343768	1011150
1981	377958 E	366131 E	406398 E	1150487 E
1982	443353 E	390140 E	465698 E	1299191 E

El cuadro anterior, nos permitió corroborar la tesis sostenida por Jacques Bugnicourt en la Organización de las Naciones Unidas, publicada en Foro del Desarrollo, Vol. No. 6, - México, Julio-Agosto de 1977, con los inquietantes títulos de "Un Nuevo Colonialismo", "Turismo Para Ricos", y "La - - Otra Cara del Turismo", sus efectos culturales.

Su inquietud se justifica bajo las premisas siguientes:

1. Después de haber arruinado su propio ambiente, la gente de la sociedad de consumo se lanza a consumir el ambiente - de los otros. De esta manera, los paisajes, la naturaleza y los habitantes del tercer mundo deben servir para satisfacer el placer de los europeos y norteamericanos en vacaciones a fin de que puedan practicar su "turismo" hasta el punto de que llega a ser imprudente. Así pues, los apetitos humanos y su manipulación por las agencias de viajes, con el fin de transformarlos en un Producto comercial, constituyen la base del turismo. Este fenómeno, dice Bugnicourt, será - motivo de asombro para los futuros historiadores, descubrir que la búsqueda de una satisfacción psico-sociológica por - parte de los habitantes de los países industrializados, unida al deseo de lucro de las organizaciones turísticas y de recreación, han tenido influencias profundas en las políti-

cas de desarrollo en muchos países del tercer mundo, y que éstos, por su parte, han estado ansiosos de prestarse a ello.

Esta situación se comprueba con las metas del Plan Nacional Turístico de nuestro país, que pretende con ello equilibrar las desviaciones de nuestra planta productiva, la balanza de pagos y el elevado índice de desempleo, entre otras.

2. Como la economía turística ejerce una función catalítica, se ha aplicado a la misma, la teoría de la multiplicación de la inversión. Se calcula que una inversión turística de 1,000 dólares, produce un aumento de 2,300 dólares en las rentas nacionales de los países del Caribe y de 3,200 a 4,300 dólares en las Islas del Pacífico y del Lejano Oriente. Pero si el multiplicador turístico hasta cierto punto nos permite apreciar cuantitativamente el grado de dependencia de determinada economía con respecto al turismo, de ninguna manera nos muestra hasta donde el efecto que tiene el ingreso nacional influye también en el ingreso de sus habitantes. Para ello, baste ubicar el problema en el origen geográfico de los bienes y servicios que consume la industria turística y los grupos sociales y profesionales que los proporcionan.

a.- ¿Dónde se elaboran los planes para atraer turismo?

- b.- ¿De dónde proviene la carne, el agua mineral, el vino y los licores?
- c.- ¿Quién fabrica los vehículos, las llantas, la gasolina, los rollos de película, las tarjetas postales y las estampillas?
- d.- ¿De dónde vienen los materiales para construir los hoteles?
- e.- ¿Dónde se fabrican los grandes y pequeños aviones para-transportación de turistas?
- f.- ¿Dónde están los bancos que financian las operaciones?
- g.- ¿Quién maneja las agencias de viajes con sus sucursales?
- h.- ¿Dónde se hace la publicidad y los servicios de información y los sistemas electrónicos para hacer las reservaciones?

Las respuestas a estas preguntas, evidencian que la política turística, sobre todo en sus fases iniciales, tiene mayores efectos en la economía de los países industrializados que en la economía del país anfitrión.

3. Respecto al empleo, existe la evidencia de acuerdo con el análisis del Punto II.3 que gran parte de los gastos por salarios lo cubren los propios turistas vía proponas.

Con todo, hay que reconocer ciertas ventajas positivas, derivadas del turismo--inversiones, movimientos de bienes y -- servicios y nuevos empleos que pueden ser benéficas para -- los países. Pero, el esfuerzo gubernamental para lograrlo, -- tiene que pagar un elevado precio por eso, ya que los empre -- sarios turísticos, lo ponen a competir con otros gobiernos -- y los estimulan a construir aeropuertos, carreteras, comple -- jos hoteleros, incrementar los servicios públicos y a inten -- sificar los subsidios y las exenciones fiscales, a fin de -- asegurarse de que los turistas vayan a encontrar en el país visitado, las mismas comodidades que tienen en su país y no tengan que sufrir una calidad "pobre" o "inferior" en lo -- que se les ofreció, es entonces cuando las autoridades loca -- les se ven frecuentemente obligadas a pedir prestado y a pa -- gar intereses indefinidamente, causando la impresión de que siendo el turismo un factor de desarrollo, su incomprensión hace que se les escape de las manos.

4. Con relación al producto turístico, vemos que este factor se dá en función del gasto de los extranjeros, que re -- flecta la organización del territorio para la conveniencia -- del turismo, la comodidad y el bienestar de los visitantes. Algunas ocasiones el pretexto es la protección de la natura -- leza, mientras que, subrepticamente el principio de la pro

tección de la flora y la fauna, se aprovecha para favorecer el turismo. Este principio frecuentemente conduce a la designación de "reservas", o sea, áreas separadas para el turismo, originando la expulsión del campesino, del pastor y del pescador.

Pero existe un aspecto de este problema que es más serio. Ciertos grupos humanos han sido literalmente llevados como ganado a estas "reservas" con fines turísticos, casos de pieles rojas de Norteamérica y los pigmeos de la selva agricana.

2.2. POLITICA TURISTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.

La política turística, es un producto de la política general de un Estado y estará supeditada siempre a razones de orden público. Así, por ejemplo, un Estado con el objeto de estrechar relaciones más amistosas con otro, puede valerse de actitudes liberales para con los nacionales de ese país que se internen en su territorio. Por otra parte, no todas las medidas de carácter restrictivo que asume un Estado y que afectan al turismo, responden necesariamente a una política antiturística o de animadversión hacia el turismo, sino que, puede obedecer a prevenciones de carácter económico o de política exterior.

Política interna. Esta se refiere al conjunto de normas y -
disposiciones que dicta un Estado, para facilitar la trans--
portación dentro de su propio territorio; así como para la -
construcción, ordenamiento y fortalecimiento de las infraes--
tructuras necesarias al desarrollo de la actividad. (15)

De lo anterior podemos determinar, que una política interna-
de transportes no sólo debe considerar las vías de comunica-
ción, sino también los medios de transporte. La construcción
de carreteras, vías férreas y aeropuertos, así como la regla-
mentación de su tráfico, son las condiciones primeras al de-
sarrollo del sistema de comunicaciones. La celeridad de la -
expansión, que en la segunda mitad del Siglo XX han cobrado-
los medios de transporte, se manifiesta, particularmente des-
de el punto de vista turístico, en las altas aglomeraciones-
estacionales, por lo que se considera de singular importan--
cia que los gobiernos dicten medidas encaminadas a ordenar -
la fluidez del tránsito y la seguridad de la circulación, pa-
ra servir de la mejor forma a los residentes y visitantes --
también.

El prestador de servicios, desempeña un papel importante en-

(15) El Turismo: Fenómeno Social. Por: Oscar de la Torre Pa-
dilla.

la actividad turística. Por lo tanto, es de desear que las actitudes generales y específicas de los sectores oficial y privado, se traduzcan siempre en una favorable recepción de las corrientes turísticas, dentro de un ambiente de seguridad que sea a la vez tranquilo, amable y hospitalario.

Para su mejor organización, se forma un conjunto de normas que reglamentan y pugnan por mejorar las condiciones de vida de un pueblo en lo general, así como de elevar y consolidar el nivel de vida de los trabajadores, en lo particular. Algunos de los objetivos primordiales son: Reglamentación de las jornadas laborales; fijación de salarios justos; seguros por enfermedad; protección y reposo de la mano de obra; vacaciones pagadas.

La capacitación, es la forma más rápida para que el trabajador tenga acceso a mayores ingresos mediante el empleo, en el marco de una economía dinámica. Igualmente, la capacitación de los directivos de alto nivel en las empresas, tanto públicas como privadas, así como en el sector gubernamental, implica el desarrollo de nuevas actitudes y la posibilidad de lograr un mejor aprovechamiento de los recursos productivos del país en el sentido más amplio. Ello redundará, en el mediano plazo, en beneficio del incremento en el-

empleo productivo y por tanto, mejorará las oportunidades de bienestar.

Las disposiciones fiscales, tienen destacada importancia para la economía de los Estados, ya que los gobiernos por su responsabilidad de llevar a cabo obras de carácter social, se ven obligados a diversificar sus fuentes tributarias, para recaudar fondos que las sufraguen.

La actividad turística no queda exenta del anterior considerando, y por ese motivo, dentro de una escala de prioridad cuando se definen y concretan dichas fuentes, el turismo queda incluido directamente entre ellas. Dichas medidas, dentro de un contexto de política fiscal, constituyen uno de los factores que condicionan el desarrollo, favorable o desfavorable, del ramo.

Dos tendencias bien definidas podemos distinguir en materia fiscal: una de cariz eminentemente restrictivo y la otra de carácter promocional o estimulante. El tema puede considerarse desde diferentes ángulos, pero sólo nos referiremos a aquellas medidas que afectan directamente, ya sea al turista o al viajero en general, a los prestadores de servicios turísticos, o bien a los inversionistas.

"La finalidad principal de estas medidas deberá ser el incremento de la inversión, para que se instauren y amplíen los servicios. Estos estímulos se conceden en mayor grado en aquellos países en los que el turismo representa el renglón más importante de su economía, y por consiguiente de su desarrollo". (16)

Algunas disposiciones de estímulo fiscal a prestadores de servicios turísticos, en países que propician el desarrollo del turismo, son la exención de impuestos a determinado plazo, y en zonas de desarrollo turístico, franquicias por la importación de equipo indispensable a la prestación de servicios, (principalmente para la preparación de alimentos), y otras disposiciones análogas.

Los Estados asumen para sí la responsabilidad de absorber la prestación del servicio de FF.CCC., y por consiguiente, su situación deficitaria. Como primer paso procede su nacionalización, y subsecuentemente integran toda una gama de políticas proteccionistas para este servicio público indispensable, en beneficio, en primer término, de las clases populares, y desde luego de los sectores de la producción en gene-

(16) Características del Sector Servicios en México. S.P.P.

ral, al facilitarles a precios reducidos, la transportación de materias primas y productos.

La política externa, es la que se integra con el conjunto de ordenamientos antigubernamentales, que se expiden para regular, coordinar y desarrollar el transporte internacional.

Pese a los esfuerzos por unificar estas reglamentaciones, y el interés demostrado por la Organización de las Naciones Unidas, a través de su Consejo Económico y Social, no se ha llegado a concretar un código en ninguna de las ramas de la transportación internacional. Sin embargo, gracias a convenios interestatales y a la intervención de diferentes organizaciones internacionales, se ha logrado facilitar el tráfico mundial y fijar disposiciones que día a día son más favorables al desarrollo del turismo en el mundo.

El turismo se configura, como uno de los elementos más importantes en la integración y difusión de una cultura universalizada, ya que permite el intercambio de costumbres y tradiciones, las cuales motivan a su vez, la práctica de la actividad.

El encuentro entre dos culturas distintas, ocasiona a veces

una tercera diferenciada de su progeñie por ciertos rasgos-peculiares propios. Este fenómeno, es conocido en el campo de la antropología como transculturación, dada la importancia socioeconómica y cultural del turismo, nos referimos en particular a los viajes internacionales, ya que su desarrollo guarda relación directa con la política que aplican los países respecto a desplazamientos temporales de carácter internacional.

"Por su autodeterminación y soberanía, cada Estado decide - las condiciones que deben reunir sus propios súbditos para- viajar al extranjero, así como aquellas a las que deben su- jetarse los nacionales de otros países cuando deseen inter- narse en su territorio, y las obligaciones que adquieren du- rante su residencia en el país que visitan". (17)

Estas condiciones, que son una manifestación de la libertad de acción del Estado, sólo pueden ser limitadas por la fir- ma de tratados internacionales de carácter bilateral o mul- tilateral.

En consecuencia, un Estado puede por sí, adoptando medidas- de orden interno, favorecer la internación de extranjeros,-

(17) El Turismo: Fenómeno social. Oscar de la Torre Padilla.

como turistas, o bien oponer a éstos una serie de obstáculos para su visita.

Por razones de tipo económico y político, los Estados han debido adoptar reglamentaciones restrictivas, y se han visto en la necesidad de legalizar las formalidades migratorias, las cuales no deben ser consideradas sólo en el sentido estrecho de los actos a realizar y de formalidades a las que un viajero se ve sometido a su paso por una frontera. Su sentido es mucho más amplio, ya que comprende aquellas condiciones, de forma y de fondo, a las que se puede sujeta una persona para autorizarla a cruzar la frontera, las cuales suelen ocurrir: obtención de la visa correspondiente, cuando ésta es necesaria; control de divisas, en los casos específicos en que el país visitado lo exige; requisitos sanitarios; duración de la visita; obligaciones y derechos que adquiere por el sólo hecho de encontrarse en el país visitado, etc.

La tendencia actual respecto a las formalidades migratorias, es proporcionar las mayores facilidades durante la visita a otros países, reduciéndose en la mayoría de los casos, solamente a la presentación del pasaporte que identifica a su titular, y la obtención de la visa, que a veces exige y ex-

pide el país que se desea visitar. En algunos casos, basta la simple obtención de una tarjeta de turista, que en forma gratuita expiden las autoridades del país por visitar o las empresas turísticas por ellas autorizadas, simplemente la presentación de algún documento de identificación personal expedido a su titular por las autoridades gubernamentales de su propio país. Estas facilidades se notan, sobre todo, en el ámbito regional, entre países vecinos.

Las aduanas tienen a su cargo, percibir los derechos de importación y exportación de mercaderías y, de modo general, ejecutar y vigilar que se cumplan las leyes y reglamentos de la política fiscal.

El crecimiento del comercio internacional, después del descubrimiento de América, llevó a las naciones a encerrarse más en sí mismas, por medio de elevadas contribuciones aduaneras, a fin de impedir la entrada de mercancías extranjeras, que implicaban salida de divisas. Estas restricciones, fueron poco a poco en aumento, hasta convertirse en un impedimento serio para el viajero internacional, que debía erogar cuotas elevadas por su internación en otros países, hasta de sus efectos personales.

Hemos reiterado que el turismo se manifiesta en nuestros --

días, como una necesidad inherente a la vida moderna, y por ende, como un instrumento eficaz de su desarrollo socioeconómico y cultural. Toda vez que ésta actividad va convirtiendo al planeta en patria común para el viajero internacional, que invade todas las zonas geográficas y elimina todas las barreras físicas, históricas y sociales, y contribuye en tal forma a integrar una sociedad ecuménica, respecto a las repercusiones peculiares que este fenómeno provoca en los diferentes campos de la actividad humana; repercusiones que normalmente, cuando se dan dentro de un desarrollo armónico, se traducen en beneficios colectivos.

No siempre podrá hablarse de repercusiones positivas del turismo en el campo social y de la cultura, sobre todo en aquellos países que son más sensibles de influirse por sus estructuras socioeconómicas en vías de desarrollo y que reciben en alto grado la afluencia de visitantes.

Se deduce que, de la actitud en la materia que asuman los Estados, dependerá el futuro de la transportación comercial, y por consiguiente, el desarrollo del turismo en el mundo.

El principio de la libertad en los mares, significa que la altamar, o sea la parte de éste que no pertenece al mar territorial, o a las aguas interiores de un Estado, debe man-

tenerse abierta a todos los países del orbe, y que ninguno de ellos puede tenerla bajo su dominio exclusivo. Este principio es extensivo tanto para los países costaneros como para aquellos que carecen de litoral, situación jurídica que se subordina a la celebración de tratados.

El derecho internacional marítimo establece que, debido a que en altamar no rige soberanía territorial, los buques -- que navegaban por dicho espacio se encuentran sujetos a la jurisdicción del Estado cuyo pabellón enarbolan. Todo aquello que parecía sueño y fantasía, cobra realidad con el primer vuelo comercial, practicado de París a Londres, siendo así como se inicia la aviación comercial, y se puede decir que desde entonces hubo una organización internacional cuyos objetivos han sido hasta la fecha, fomentar el transporte aéreo, en forma segura, regular y económica.

Hoy en día, el apoyo más importante del turismo en masa lo constituye la transportación terrestre. Primero el ferrocarril y después el automóvil que han transformado la estructura social en el mundo y han hecho factible la popularización del turismo.

Aún cuando los índices de incremento, denotan en la actualidad la influencia cada vez mayor de la transportación aérea

en el tráfico turístico mundial, el transporte por carretera, particularmente en automóvil privado, tiene predominio en el desplazamiento e imprimir al turismo en masa un sello característico.

2.3. IMPACTO DE LOS RECURSOS HUMANOS EN EL SECTOR.

Los recursos humanos en la actividad turística, comprendidos en el sector servicios son los enmarcados en:

- Alquiler de bienes muebles.
- Alimentos.
- Hospedaje.
- Bebidas.
- Diversión.
- Preparación y aseo.
- Salud.

A nivel nacional, el sector servicios ocupaba en 1975, 713 mil personas según Programación y Presupuesto, de las cuales 600 mil trabajaban en actividades catalogadas como servicios para empresas, personas, el hogar y diversos, y 113 mil en servicios sociales y comunales. Del total anotado, el 28.8% (205 mil personas) no contaba con remuneraciones -

fijas por su trabajo. (18)

De este total, los servicios de alimentos y bebidas que ocupan a 198 mil personas (7.8%) y la de servicios de preparación y aseo concentra a 177 mil personas (24.9%), o sea que, el 52.6% de personas se concentra en esos dos grupos de actividad.

El sector servicios generó en ese mismo año de 1975, cerca de 36 mil millones de pesos de valor agregado y pagó 16 mil millones de pesos en remuneraciones al personal ocupado. El promedio de remuneraciones por persona en el sector fue de \$ 22,239.00 anuales,* cifra muy por encima del salario mínimo anual, que en ese año ascendió a poco más de 17 mil pesos anuales. A esto agregamos el hecho de que las remuneraciones promedio, pagados por los grupos de alimentos y bebidas y preparación y aseo se encuentran por debajo del mínimo.

En 1975, existían 222 mil establecimientos de servicios en todo el país, de estos el 63.1% (140 mil establecimientos) eran de naturaleza tan precaria que las personas empleadas-

(18) Características del Sector Servicios en México. Secretaría de Programación y Presupuesto 1980.

(*) Incluye personal remunerado y no remunerado.

en ellos no percibían remuneraciones fijas. El 41.8% de estas se ocupaban en los servicios de alimentos y bebidas, y el 37.7% en los de reparación y aseo.

Los 82 mil establecimientos de servicios que cuentan con personal remunerado se clasifican en el censo de acuerdo al número de personas que ocupaban. Así tenemos que: el 80.5% de ellos, o sea, 66 mil, ocupaban solamente un máximo de 5 personas. Otros 14 mil ocupaban entre 6 y 25 y únicamente 3 mil establecimientos ocupaban a más de 25 personas. Este pequeño grupo de empresas grandes representó el 1.2% del total de los establecimientos dedicados a la prestación de servicios.

Por último, agregaremos que el nivel de remuneraciones al personal, varía no sólo con la rama de actividad a que pertenecen, sino con las dimensiones de los establecimientos, fiel reflejo de la concentración de capital. Así como los efectos nocivos que tal situación origina en cuanto a productividad y su impacto en la distribución del ingreso.

Cabe aclarar que la fuente estadística —Secretaría de Programación y Presupuesto— y el manual de Estadísticas Básicas del Estado de Michoacán —M.E.B.E.—, únicamente manejan datos a 1975 sobre el personal ocupado, pero en forma

parcial, ya que omiten otro tipo de prestadores de servicios catalogados como indirectos a saber:

Comercios de artesanías, de souvenirs, azafatas, guías de turistas, edecanes, conductores, aseadores o galopinas, además de aquellos que crearon la infraestructura básica (ingenieros, arquitectos, albañiles, plomeros, electricistas, expendedores de materiales, etc.).

Lo anterior quizás porque este personal carece de ingresos fijos, pero al fin y al cabo el impacto en el sector turismo es notable, tanto en el aspecto positivo (por la generación de empleos) como en el negativo (por las presiones sociales que genera esta población flotante que permanece en los polos turísticos y con grandes necesidades).

Pero habrá que considerar el personal ocupado en los organismos públicos creados para la orientación y apoyo de la actividad turística, tanto federales como los regionales a fin de contar con estadísticas más reales sobre la tasa ocupacional de este sector, dado su gran número entre los que podemos enumerar los siguientes:

Inmobiliarias hoteleras.

Operadoras de hoteles.

Impulsoras de empresas turísticas.

Promotora de productos y servicios para las empresas turísticas.

Fideicomisos.

Fondos de fomento turístico.

Bancos de turismo.

Instituto de investigaciones turísticas.

Consejo Nacional de Turismo y

Secretaría de Turismo, entre otros.

En base a los datos emitidos por la S.P.P. anotados párrafos anteriores, se observa, primero, que el nivel ocupacional es muy bajo y segundo, la condición del contratado es lesivo, ya que además de carecer de ingresos fijos y prestaciones mínimas, no cuenta con una fuente de empleo permanente que permita un servicio eficiente.

También destaca una infraestructura y equipamiento * turístico acorde con las necesidades del turista de cualquier nivel, lo que constituye un reto a las autoridades encargadas de esta actividad y para la economía que debe orientar adecuadamente su explotación para hacer más coherente la importancia verbal que se vierte sobre este sector, vía asig-

(*) Ver gráficas de infraestructura, equipamiento y servicios.

nación presupuestal (segunda fuente de divisas en el país - después del petróleo - y primera generadora de empleos.

2.4. PROBLEMATICA DE LA ENSEÑANZA TURISTICA.

La problemática de la enseñanza turística o formación de recursos humanos para el desarrollo de esta actividad, es y seguirá siendo un cuello de botella para cualquier programa relacionado a este sector, principalmente porque los esfuerzos que se han realizado sobre esta materia, han carecido de profundidad y sistematización requeridos.

Esta situación se agudiza, al carecer de un programa que señale las especificaciones de todo lo que deben aprender los estudiantes de esta área durante un curso, y todo lo que debe hacerse para que lo aprendan.

Contemplado como uno de los rasgos económicos y sociales -- que de manera descriptiva ilustra la situación de atraso y, en consecuencia, de los bajos niveles de vida, los recursos humanos turísticos se caracterizan por los perfiles educativos carentes de dinamismo, para su conformación se centra en la capacitación breve de preingreso al trabajo, donde se encuentra un mercado muy elevado, compuesto en su mayoría -- por jóvenes que no pueden seguir estudiando una carrera de estudios más avanzados.

En la actualidad, la formación de prestadores de servicios-turísticos se da en dos tipos y difieren, primero, en cuanto al objetivo que se persigue con ellos y segundo, en cuanto al tiempo que se dispone para la instrucción.

La formación antes del trabajo, tienen necesariamente un objetivo menos definido que la que se imparte a la persona -- ocupada. En el primero, no se conoce cuál será la ocupación en donde la persona utilizará sus conocimientos; en el segundo, no se da esta incógnita, por lo tanto, la formación-para el primer caso tenderá al conocimiento general, y en el segundo, más hacia el conocimiento concreto. Esto es, -- los diversos medios de la formación son parte de un campo -- de variación continua, que va de lo general a lo particular, de lo teórico a lo práctico y de lo abstracto a lo concreto.

Cuando la actividad como es el caso del turismo es de carácter práctico, los ejercicios constituyen una reproducción -- exacta de los conocimientos o destrezas.

La tradicional formación de personal para el desempeño de -- las actividades del sector, se realizaba únicamente en los centros de trabajo de manera natural y casi por inercia, -- sin que existieran para ello, reglamentos o programas a los

cuales respetar. Esto mientras la actividad turística en México estuvo limitada a una escasa expresión y peso económico en el ámbito nacional, porque la afluencia turística no pasaba de unos cuantos miles, así que, el tipo de enseñanza aprendizaje se sostuvo sin mayores problemas, pues lograba satisfacer la demanda de formación que el sector requería. -- Este tipo de enseñanza, en términos de tiempo y técnicas -- usados, correspondía de una manera más o menos adecuada, a las exigencias de recursos humanos para el turismo.

Con la configuración del turismo en todas sus manifestaciones y la orientación más decidida de recursos económicos, -- tanto del sector gobierno como de la iniciativa privada, -- surge la problemática de los recursos humanos y su pronta -- capacitación, para afrontar el crecimiento acelerado de esta actividad, con nuevas concepciones de los tiempos y de -- las técnicas de aprendizaje, para un aprovechamiento más integral de las inversiones.

Existe un consenso generalizado que por necesidad se hace -- ley, primero, no puede haber desarrollo a largo plazo sin -- el desarrollo de los individuos; segundo, los objetivos correctos de las actividades humanas, son la condición de su -- eficacia. Premisas básicas desde el punto de vista socioeco

nómico, ya que una sociedad se integra, por la fijación de metas y esta comunión entre objetivos y medios, fortalecen la eficacia y la racionalidad del comportamiento humano.

En base a este planteamiento, las inversiones a este ramo tienen como objetivos los siguientes:

1. Abatir el elevado índice de desempleo, sin importar las fórmulas.
2. Propiciar un volúmen de inversión por parte del sector privado.
3. Redistribuir el ingreso en forma más equilibrada para el desarrollo regional.
4. Captar las divisas necesarias para equilibrar su comercio.
5. Explotación más racional del mercado turístico nacional.

De estos objetivos en función de los recursos humanos, el Gobierno Federal en el Plan Nacional de Turismo, divide a la tecnología aplicada al sector en:

- a. Tecnología de explotación de atractivos y del desarrollo turístico en general.
- b. Tecnología de prestación de servicios y,
- c. Tecnología del equipamiento e instalaciones asociadas a

la prestación de servicios y a la producción de bienes para el turismo.

Aceptando que la tecnología es el conjunto de conocimientos que permite hacer más eficientes los procesos de producción, distribución e intercambio, el primer inciso supone el desarrollo intensivo de investigaciones tendientes a la creación de metodología, teorías y sistemas que impulsen el desarrollo turístico en un sentido más general. Comprende, -- por lo tanto, los conocimientos que permiten entender los aspectos estructurales del turismo para así definir las técnicas e instrumentar las políticas de su desarrollo.

La tecnología de prestación de servicios turísticos, se apoya sobre el impulso que se otorga a la formación de recursos humanos a nivel superior y a la investigación científica y tecnológica, constituyéndose la generación de información y su difusión en el enlace básico, que permite la interrelación de esos elementos en un sistema de generación de tecnología.

El último inciso carece de análisis, ya que los componentes, tanto para la prestación como para la producción de éstos, -- son de uso común en todas las actividades económicas.

Según estudio sobre las nuevas tendencias de la capacitación turística es urgente la revisión de los Planes de Estudio de las Escuelas de Turismo para que se actualicen y sean reorientados en función de las necesidades. Actualmente por cada escuela de turismo existe un plan distinto de estudios, esto es, la capacitación turística debe darse en dos vertientes: en el trabajo y para el trabajo.

Esta capacitación deberá analizar las contradicciones existentes que son:

1. La preferencia por prestadores de servicios formados en la práctica a los capacitados en los diversos centros educativos, lo que les permite manejar salarios por debajo del requerido por estos últimos, que va en detrimento de un eficiente servicio por la ausencia de incentivos económicos.
2. Las limitaciones que supone un escalafón, donde se llega a otra categoría no por su capacidad, sino por su antigüedad en el mismo.
3. Por último, el axioma sobre el desarrollo. No puede darse un desarrollo económico sin un desarrollo de los individuos.

Según las estadísticas oficiales, señalan que de 70 millo--

nes de mexicanos, sólo alrededor del 30% (22 millones de -- personas) son consideradas "Turistas Nacionales". Esto es, - 70% (48 millones de personas están ayunas de la infraestructura turística existente.

CAPITULO III

MERCADO TURISTICO DE MICHOACAN Y SU PARTICIPACION ECONOMICA

3.1. PATRIMONIO TURISTICO (REAL Y POTENCIAL).

El patrimonio turístico con que cuenta el Estado de Michoacán es tan variado y extenso que ha permitido al Gobierno Estatal dividir en rutas turísticas los lugares de interés, así como enmarcar las actividades, festividades y su potencial turístico de todos los municipios comprendidos en dichas rutas.

Así tenemos que el patrimonio turístico real se encuentra localizado en la zona norte, tanto por sus atractivos como por su equipamiento y servicios. Esto se justifica por el asentamiento de los poderes estatales en esta zona y por la vecindad hacia Estados como Jalisco, Guanajuato, Querétaro y México. Estados con una economía más desarrollada y con una comercialización tan vasta que ha hecho necesaria obras de infraestructura conjuntamente con Michoacán. Lo cual ha favorecido el acceso y desplazamiento a los principales centros de interés.

La economía del Estado de Michoacán, está basada principalmente en la agricultura, la ganadería, el cultivo de sus --

selvas y bosques, la pesca, las artesanías y su afluencia turística. Todo ello sobre una superficie de 60,186 km² en una división geográfica de 113 municipios y una población total de 3'050.028 habitantes para 1980, correspondiendo el 62% a la urbana y el 38% restante a la rural, cuenta dentro de su riqueza con un patrimonio turístico muy grande y poco aprovechado. Dentro de este rubro podemos destacar los naturales y los adaptados como:

Clima. En Michoacán, las temperaturas medias anuales varían considerablemente por la gran diversidad del relieve y a la altitud sobre el nivel del mar. En el sur predominan las temperaturas altas que van disminuyendo hacia el norte, donde llegan a ser las que caracterizan al Estado, esto es, clima templado.

Hidrografía. El Estado está drenado por varios sistemas fluviales: Cuenca del Lerma, que comprende los ríos Lerma, Tlalpujahuá, Cachivi, Angulo, Tanhuato y Duero.

Cuenca del Balsas, con los ríos Cupatitzio, cascada Tzararacua, Cutzamala, Tacámbaro o Carácuaro y río Tepalcatepec.

Presa el Infiernillo, construida por la Comisión Federal de Electricidad y que se extiende a los Municipios de Arteaga,

Nueva Italia, La Huacana y Churumuco.

Lago de Chapala, que baña los Municipios de Cojumatlán y Venustiano Carranza.

Corrientes fluviales de la costa, donde resaltan los ríos -- Coahuayana, Aguila, Costula, Coire o Maruata, Motín del Oro, Coalcomán, Tizupa, Guagua, Nexpa, Mexcalhuacan, Chuta y El Carrizal.

Lagos de Cuitzeo, Pátzcuaro, Zirahuen y parte del de Camécua ro y Chapala.

Para facilitar el acceso a los principales centros de interés, se ha dividido el Estado en cuatro circuitos, delimitados entre sí en forma sugestiva, considerando primordialmente las vías de comunicación e instalaciones turísticas. -- (Apéndice estadístico).

RUTA PANORAMICA ORIENTE:

En esta ruta se conjugan una serie de elementos vitales. El símbolo del Sol, es representativo del recorrido que principia por el Poniente del Estado, en Zitácuaro.

Zitácuaro (lugar de sogas). Población situada a 164 kms. de la Ciudad de México, tiene una altura de 1950 mts. sobre el

nivel del mar; su clima es templado subhúmedo.

Sus principales centros turísticos son La Presa, El Bosque, El Salto del Enendio, El cerrito de la Independencia, el Cañón del Salto, Museo Regional. Los artesanos, demuestran su habilidad en la fabricación de objetos de madera, lana, orfebrería en plata, cuyo acabado se valora ampliamente y ésto constituye una base para su economía.

En los alrededores se encuentra la población de San Felipe de los Alzati, que tiene una iglesia en la que sobresalen, por su belleza, el atrio y la cruz monolítica. Cercana a la población, se localiza la zona arqueológica de San Felipe, de origen matlaltzinca, y la de Zacapendo, de origen otomí y mazahua, siendo éste un lugar poco visitado por el turismo.

Este es uno de los lugares potenciales por su riqueza natural, que puede ser aprovechado para generar fuentes de trabajo.

San José Purúa, cuya fama ha cruzado las fronteras, gracias a su exuberante vegetación y a sus manantiales conocidos y utilizados con fines terapéuticos desde la época prehispánica, cuenta actualmente, con magníficas instalaciones para la comodidad del visitante.

Agua Blanca tiene también aguas termales y un sencillo hotel rodeado de Cascadas como: El Velo de Novia, enmarcado de inu sitados paisajes.

Siguiendo el camino a Huetamo, se llega a la presa El Bos- - que, laguna artificial enmarcada por tupidos madroños, ideal para deportes acuáticos; más adelante, por este mismo trayeco to, se pasa por típicas poblaciones hasta llegar a Tuzantla, puerta de entrada a tierra caliente, donde se aprecia el cu- rioso perfil de los Picos de Cucha.

Huetamo se localiza a 197 kms. al sur de Zitácuaro, en un va lle de clima caliente, a 300 mts. sobre el nivel del mar. -- Aquí los orfebres convierten el oro en joyas de filigrana; - en sus proximidades, se recoje una gran variedad de insectos, de los cuales se extrae grasa, que se utiliza en la elabora- ción de las bateas de maque.

La carretera que de aquí prosigue rumbo al este, hacia el Es tado de Guerrero, enlaza con Iguala y pasa por San Lucas, -- donde existen grandes yacimientos de mármol, riqueza subapro vechada que puede ser una solución al desempleo.

Tuxpan (tierra de conejos). Pintoresca población, se encuen- tra a 1750 mts. sobre el nivel del mar, con clima templado, -

entre sus atractivos sobresale la majestuosa pintura de Cristóbal Villalpando: "Las Animas", en la Iglesia de Santiago - Apóstol, que es una de las obras maestras del pintor.

En las inmediaciones de Tuxpan, se contemplan extensos plantíos de gladiola y una gran variedad de huertos que sirven de sostén a las familias de la región.

Los Espadachines y las Plumas, famosas danzas de este lugar, se representan en las festividades del 25 de julio, en honor del patrono, y el 30 de septiembre, aniversario del nacimiento de Don José María Morelos y Pavón, se celebra con un desfile cívico popular, en los que hay serenatas y actuaciones de diversos grupos artísticos; esto provoca un movimiento comercial que realiza el mercado interno.

La artesanía se caracteriza por la producción de mosaicos y herrería, sus sabrosos ates, siendo éstos uno de los recursos con que cuenta para su explotación.

Cada año se realiza una feria comercial y artesanal, que coincide con los festejos del Carnaval. Cuenta también con una zona Arqueológica, teniendo actividades tan diversas, es un potencial para el municipio.

Maravatío. Población situada en un extenso y rico valle baña

do por el río Lerma, está a una altura de 2080 mts. sobre el nivel del mar, con clima templado sub-húmedo.

Conserva, a la fecha, construcciones de la época colonial, - durante la cual fue paso obligado hacia Morelia y Guanajuato. La Hacienda de Casa Blanca es una muestra de la importancia que tuvo durante el Virreinato.

Su actividad económica la distribuyen en la agricultura, ganadería, silvicultura y la industria rica en bancos de arena sílica, arena de río y grava.

La más sobresaliente de sus fiestas son: las del 8 de diciembre en honor a la Inmaculada Concepción, y la del 8 de febrero que conmemora la fundación de Maravatío.

Tlalpujahuá (tierra esponjada o fofa). Se encuentra a una altura de 2500 mts. sobre el nivel del mar, con clima frío, -- donde el metal llamó al hombre y lo emparentó con la orografía de la región, sin más orden y concierto que la necesidad de estar junto a su fuente de trabajo.

Durante el tiempo de la colonia, fue uno de los principales fondos mineros y en la época de la Independencia, se sitúa - de cuerpo entero en la historia. En el Museo de Mineralogía e Historia, se exhiben algunos objetos personales de I. Ló--

pez Rayón, una interesante colección numismática y una completa descripción de la importancia minera del lugar.

Se monta una exposición permanente en el ex convento franciscano del Siglo XVIII, que muestra los trabajos de los artesanos de la región.

En sus alrededores hay otros lugares también para ser visitados como la Presa de Brockman, situada en una apacible zona boscosa.

La celebración de la semana mayor, atrae a un gran número de visitantes y la celebración más importante es la del 13 de noviembre y se lleva a cabo en el Parque Nacional "El Gallo".

Se sigue en la ruta: Ciudad Hidalgo, que celebra su feria popular el 19 de marzo, y la del 2 de noviembre es la feria -- Agrícola, Comercial y Artesanal. En sus inmediaciones se encuentra la zona arqueológica de influencia Teotihuacana.

Los Azufres es una de las regiones con mayores recursos potenciales, por contar con montañas densamente pobladas y las lagunas Verde y Larga, los Ajolotes, algunos géiseres de lodo, manantiales de agua fría y presas.

Actualmente, con la explotación geotérmica de este lugar por

parte de la Comisión Federal de Electricidad, se ha dotado - de carreteras que facilitan su acceso, sea por la de Ciudad-Hidalgo o por la de Maravatío. Es notoria la carencia de ser vicios como agua potable y restaurantes; tan necesario para - motivar un turismo permanente con estancia, pues sus atracti vos son de los más bellos y sobre todo, abundantes para el - turista que guste de los deportes acuáticos, de la tranquili dad y de contemplación de paisajes, sin olvidar el que busca salud con los baños de agua azufrosa.

RUTA PANORAMICA CLASICA.

En esta se aprecian la arquitectura del virreinato; cuenta - con excelentes vías de comunicación y servicios turísticos - de diversas categorías.

Se inicia en Morelia, capital del Estado, llamada Valladolid en la época virreinal y cuenta entre sus principales atracti vos con una gama de joyas arquitectónicas, que el visitante - puede admirar en: La Catedral, el Palacio de Gobierno, la -- Plaza de Armas, etc., y sus paseos por la zona colonial, la - zona arqueológica, Parque Juárez y el balneario de aguas me - sotermales.

Centros culturales: Casa de la Cultura, Teatro y Centro de -

Convenciones, Planetario, Tratro Ocampo, Casa Natal de Morelos, Museo de Arte Contemporáneo, etc.

Zinapécuaro (lugar de salud). El municipio está integrado -- por múltiples manantiales; balnearios que poseen magníficas instalaciones; en sus terrenos, el gobierno estatal, a través de su coordinación de turismo, instaló campamentos con servicios rústicos básicos.

Entre sus atractivos está la Villa de Zinapécuaro, una Iglesia del Siglo XVI, levantada sobre una colina y las especialidades del lugar que son las carnitas, sus semas y el pan de dulce. (19)

Acuitzio del Canje, (lugar de serpientes) población risueña localizada a 35 kms. de la capital rumbo a Pátzcuaro, pasamos por Tiripetio, (población donde se instituyó la primera Universidad de América, hoy normal para maestros).

Acuitzio cuenta con dos grandes ojos de agua, que sirven para riego y abastecen del vital líquido a la población cuando por alguna razón escasea. Al igual que la mayoría de las poblaciones, se registran cuatro festividades, dos de carácter

(19) Apuntes Socioeconómicos. Gobierno del Estado de Michoacán 1981.

pagano y dos celebraciones patrias. Las primeras son en la -
 Semana Santa y 10 de septiembre para festejar al santo patro
 no, las otras son el 16 de septiembre, y el 5 de diciembre, -
 aniversario del poblado. Celebraciones que se ven muy con --
 concurridas por el goce que provocan; el jaripeo amenizado -
 con banda de música, serenata en el kiosco, el tradicional -
 castillo de luces y los toritos de bengala, además del palo-
 encebado.

Cuitzeo. La primera entidad en la que se realizó el programa
 de remodelación del Estado, está cerca de Morelia. Un lago -
 de gran tamaño, pero poca profundidad, bordea una calzada de
 de 4 kms. de largo, que conduce al vecino Estado de Guanajua
 to; en él abunda el charal, base de platillos locales.

En la población, se encuentra el ex convento agustino del Si
 glo XVI, monumento colonial donde luce su estilo plateresco-
 en la portada del templo, y en sus alrededores, se encuen- -
 tran aguas termales de especial importancia.

Quiróga. La actual Villa de Quiroga fue un excelente pueblo-
 prehispánico llamado Cocupao.

Cuenta entre sus atractivos, con una sencilla plaza, en cuyo
 centro se levanta una estatua en honor del ilustre Obispo Ta

ta Vasco. En la parte central de la población, hay una plaza, en la que sobresale la fuente y un monumento a Tangaxuán II. La característica principal de Quiroga es un gran número de expendios artesanales, ubicados en la calle principal y - sobre la salida a Pátzcuaro.

Su artesanía se caracteriza por la creación de cerámica, considerada, por sus medidas tradicionales de elaboración, como una de las de mayor atractivo.

Chupícuaro. Comprende una zona densamente arbolada, convertida en parque público, en la orilla norte del Lago de Pátzcuaro, donde se practican deportes acuáticos.

Tzintzuntzan (lugar de colibríes). "En las riberas orientales del Lago de Pátzcuaro, se encuentra a 2300 mts. sobre el nivel del mar, clima templado húmedo; tiene como pueblos - - principales Cucuchucho, Ihuatzio, y la Isla Pacanda". (20)

La ciudad fue centro del imperio Purépecha y conserva construcciones de esa época, conocidas como las Yácatas.

Principales atractivos, el ex convento franciscano, sus fiestas del 10. al 17 de febrero, sus romerías, bandas de música, danzas, juegos pirotécnicos, eventos deportivos y la feria -

popular. También realizan celebraciones de Semana Santa. En la noche de muertos, participan grupos folclóricos de la región, inauguración de la feria artesanal de la región y velación de difuntos en el cementerio del lugar.

Pátzcuaro (lugar donde tifen de negro). Presenta un problema en todos lados, que es la contaminación, entendida como un serio obstáculo para el pleno desarrollo de las potencialidades humanas y como un agente destructor del patrimonio natural y cultural es, sin duda, un reto que no encuentra precedentes en la historia y que tendrá una marcada influencia sobre el acontecer venidero.

Este podría ser el caso de Pátzcuaro, con su lago que ha sido explotado al máximo, pero de manera irracional, de ahí los efectos que corroboran la tesis del Sr. Bugnicourt.

Su clima es templado húmedo, con un verano largo y fresco.

En él abundan las lluvias; su invierno es frío, sobre todo en los meses de diciembre y enero.

Pátzcuaro presenta nobleza monumental, sin pretensiones metropolitanas, pero a la vez con tal refinamiento, que la impide ser rústica, y su arquitectura constituye la hidalguía de la provincia en su más elegante expresión.

Por su adaptación en el medio, es natural que la ciudad sea representativa de toda la región; en ella se resumen cualidades que vemos repetirse en otras ciudades vecinas.

Entre sus principales atractivos se encuentra el museo de artes populares, la casa de los once patios, el templo de la compañía, el estribo (mirador), las fuentes.

Sus festividades están llenas de alegría, colorido y emotividad que contagian a los visitantes; las más importantes son: las de Semana Santa, la tradicional noche de muertos y la fiesta del 19 de febrero en honor del patrono del lugar.

Las creaciones de la región, son muy apreciadas internacionalmente. Destacan las lacas con oro de 24 k. incrustado en la madera, los muebles coloniales de parota, los de pino, también destaca la orfebrería, los tejidos y la cerámica.

El pescado blanco es muy cotizado en el mercado nacional, convirtiéndose en un platillo tradicional para el visitante.

La Isla de Janitzio impresiona por la forma y belleza de sus construcciones, donde sobresalen las blancas paredes con techos de teja roja, diseminadas en forma desímbola.

En la parte alta de la Isla, se encuentra un monumento dedi-

cado a Morelos, Janitzio produce una gran cantidad de artesanías y expende otras muchas procedentes de la región lacustre.

Zirahuén (lugar de humareda). Los habitantes viven esencialmente de la pesca, pues en su lago se encuentra el famoso -- pescado blanco, la carpa y el bare. En las colinas cercanas, se trabaja la agricultura con medios rudimentarios, ésto ha provocado que su desarrollo sea lento, pero sus recursos naturales lo hacen ser potencialmente económico.

Tacámbaro (lugar donde hay palmas). Dentro de la ciudad existe una gran variedad de climas y de alturas, Tacámbaro ha sido escenario de importantes hechos históricos que han conmovido a la nación.

Uno de sus atractivos es el Santuario de Fátima, con imágenes de Vírgenes de Polonia, Lituania, Hungría y Cuba; se celebra una fiesta en su honor, asistiendo representaciones de los países de origen, dando a este lugar preponderancia turística a un nivel internacional.

En sus alrededores, se encuentra una laguna en un cráter y el salto de arroyo frío, que son muy frecuentados.

Uruapan (lugar de jícaras) es una de las ciudades más impor-

tantes de Michoacán, su economía radica en la agricultura y fruticultura, y es uno de los principales productores de aguacate en la república y es también la más notable región ganadera y forestal.

Los principales atractivos son: el parque nacional Eduardo Ruiz, que es todo un espectáculo, por ser una de las zonas más generosas y productivas del Estado. La Rodilla del Diablo, nacimiento del río Cupatitzio, Tzetzángari y el baño azul. Entre sus artesanías se pueden mencionar las jícaras y bateas de reconocida calidad, que sobresale por el magistral uso del maque.

En sus fiestas más importantes, está la feria del aguacate y las celebraciones del santo patrono.

Su economía se basa en la caña de azúcar, que se industrializa en su propio ingenio, evitando así la emigración de la gente para conseguir trabajo.

La fundación del pueblo de San Juan Nuevo, es de fecha reciente. Se integró en su mayoría, con personas que se refugiaron en este lugar después de la erupción del Parícutín; su esfuerzo y labor entusiasta los ha llevado en poco tiempo a hacer un lugar próspero y floreciente, que demuestra el em

puje de la gente por salir adelante.

Paracho. Es una localidad de primera importancia, por la - - creación de instrumentos musicales, con sus finas guitarras de fama mundial, que compiten en el mercado internacional a la altura de los productores de otros países.

La actividad turística se ha diversificado, tomando en cuenta sus razones o causas, también se han dividido y perfeccionado los medios y sistemas de que aquélla actividad se vale para su realización. A este respecto, cabe afirmar que, como el comercio y la industria, también el turismo ha contribuido a muchos de los perfeccionamientos realizados.

RUTA PANORAMICA NOROESTE.

Este recorrido se inicia en Zacapu (lugar de piedra). Un pueblo de gran sensibilidad artística.

El convento y templo franciscano del Siglo XVI, conforman algunos de sus atractivos; sus artesanías, como cobijas y rebazos. Sus celebraciones más importantes, es la de Los Llanos en honor de San Isidro Labrador, con desfile de carros alegóricos, danzas y vendimias.

Una hermosa laguna formada por un gran conjunto de manantia-

les de aguas cristalinas, llamada La Angostura.

Carapan es vía y salida de los productos comerciales de la parte suroeste del Estado, hacia Jalisco y Guanajuato, por ello tiene un gran movimiento comercial. Entre sus atractivos está el sitio donde el río Duaro nace y existe un parque natural.

Tangancícuaro. A este pertenece uno de los más bellos lagos del Estado: Camécuaro, de cristalinas aguas, donde se puede pasear en lancha.

Ocumicho, donde según la leyenda, fue enterrado el diablo. Sus habitantes lo representan junto con otras figuras de barro, modeladas a mano, que por su primitivo estilo, han ganado premios nacionales e internacionales.

Patamban, cuna de las famosas piñas, y una gran variedad de piezas de fina alfarería, apreciadas en todo el mundo, que hace que reditúe ganancias para fortalecer la economía.

Zamora, es un amplio y fértil valle, bañado por los ríos Duero y Celio, goza de un agradable clima templado.

La Catedral Inconclusa, de estilo gótico, así como la biblioteca Fray Manuel de Navarrete, son parte de los atractivos -

que tiene esta productiva ciudad.

En la región se elabora una gran variedad de dulces de leche.

"Importantes pinturas rupestres se encuentran en el Cerro de Curutarán, que según estudios, datan de la era cuaternaria, pueden admirarse muy cerca de Jacona, la zona arqueológica de El Opeño", (21) Es un lugar netamente comercial, industrial, ganadero y agrícola, que ayuda a la afluencia turística.

La Piedad. Localidad ganadera, comercial y agrícola, que está junto al río Lerma, río que limita a Michoacán con Jalisco y Guanajuato, donde se ha instalado una planta hidroeléctrica en un lugar denominado El Salto.

Es importante la industria extractiva de cantera, material predominante en la mayoría de los edificios de La Piedad. El Santuario de El Señor de la Piedad, que alberga una reproducción de la Piedad de Miguel Angel, la biblioteca pública, el palacio municipal, el parque Marcos H. Pulido, son algunos de los lugares que el turista prefiere visitar.

(21) Revista Guía. El rumbo es Michoacán.

La Piedad cuenta con un mínimo recurso artesanal y en sí, es una entidad potencial, que tiene recursos con los cuales puede sacar adelante su economía, mediante la promoción de éstos a un nivel mucho más elevado.

Jiquilpan. Es una región pródiga en manantiales, conocidos - como los hervidores de lodo, balnearios naturales y pequeños lagos, donde se practican deportes acuáticos. Tienen una feria artesanal, donde exponen lo mejor de su producción como puede ser: rebozos, sarapes, telas y huaraches, de muy buena calidad; también tiene algunos bellos parajes como lo es la zona arqueológica El Otero, donde es expuesta una valiosa colección de collares de formas diversas, hechas de jade, turquesas y otras piedras semi-preciosas, y piezas de cerámica.

Una población como Jiquilpan, es digna de albergar recuerdos de notables hombres como Lázaro Cárdenas y Diego José Abad, - que en cualquier momento son una atracción para el turismo - de sus actividades económicas, que aunque no son muchas destacan en el desarrollo patrimonial del Estado.

RUTA PANORAMICA APATZINGAN/LA COSTA.

El recorrido que une la historia y el porvenir: Apatzingan, - escenario de gloriosos momentos históricos, hoy día zona de-

gran potencial agrícola, comercial e industrial, y el nuevo-rumbo del mar de México, la costa michoacana.

El punto de partida es Apatzingan, una ciudad considerada, - actualmente, entre las de mayor importancia en el Estado. Es tá rodeada por altas montañas cubiertas de vegetación, que - acentúan los colores del paisaje.

Dentro de sus principales atractivos está la Casa de la Cons titución de enorme importancia histórica por haberse firmado allí la primera Constitución del México Independiente. Muy - cerca, en la Villa de Parácuaro, se disfrutan sanos baños de aguas termales naturales.

Las artesanías de esta población se han distinguido por la - elaboración de vistosos equipajes y sillas de montar. Las -- festividades de más arraigo son: el día de la Candelaria y - el 22 de Octubre, conmemoración de la firma de la Constitu-- ción.

Tepalcatepec. Población enmarcada por un río que lleva su -- nombre, principal afluente del Balsas; es una zona agrícola- muy fértil, con clima cálido, su economía está basada en la- caza de piezas menores y pesca de bagre, carpa y trucha. Por las inmediaciones, se ha encontrado cerámica prehispánica, -

en una zona arqueológica aún no explorada y puede ser explotada inteligentemente, proporcionando así nuevas fuentes de ingresos y de cultura.

Coalcomán (lugar de culebras). Pintoresco pueblo, rico en producción agrícola, el lomerío y los montes, poblados de pinos que lo circundan, contiene una gran cantidad de hierro, -- siendo éste el primer lugar en México donde se produjo el -- primer acero forjado.

La abundante pesca de carpa y lobina; la caza de huilota y conejo, son sus principales atractivos y recursos económicos con que cuentan.

Cuatro Caminos-La Costa. Rumbo a la costa, por Cuatro Cami-- nos, se atraviesa la zona agrícola de Nueva Italia, con sus vastos plantíos de melón. Después de cruzar el río Tepalcatepec se comienza en un continuo serpentear, la ascensión al -- nudo montañoso de la sierra madre del sur; desde allí, puede apreciarse el embalse de la presa de Infiernillo, el lago ar-- tificial más grande de América, donde se halla una de las -- plantas hidroeléctricas más importantes del país, alimentada por los ríos Balsas, Tepalcatepec y demás afluentes.

Arteaga. Se localiza a 1,000 mts. sobre el nivel del mar, -

con un amplio desarrollo en agricultura, horticultura y ganadería.

En Arteaga se manufacturan finos machetes de bien templado - acero, objetos de talabartería y carpintería, que complementan la economía de la región.

En los ríos circunvecinos, y en el lago que forma la presa - de Infiernillo, hay abundante pesca de robalo, bagre, trucha y lisa; que también son parte importante en su desarrollo.

Lázaro Cárdenas. Puerto de entrada a la costa, toma su nombre de uno de los michoacanos más ilustres del presente siglo. Su economía se incrementó con la construcción de SICART SA (Siderúrgica Lázaro Cárdenas-Las Truchas), la planta más grande de América Latina, la cual dio lugar a un importante desarrollo con obras portuarias de gran calado y explotación de yacimientos de hierro, muy abundante en esta zona.

Aquí la caza tiene singular atractivo, pues existen alrededor de ochenta especies.

Carretera Costera. En Playa Azul principia este camino que une, en un horizonte de mar y paisajes, los Estados de Guerrero y Colima a través de Michoacán.

Un espléndido conjunto de veintiún playas vírgenes inexploradas, de grandes recursos de pesca y práctica de deportes - acuáticos, invitan permanentemente a los viajeros que buscan diversión y descanso.

Playa Azul. Este lugar, próximo de Lázaro Cárdenas, tiene un clima agradable todo el año. Cuenta con instalaciones turísticas bien acondicionadas, que complementan los atractivos y delicias de esta playa, la más conocida y visitada de Michoacán.

Como puede apreciarse, la mayor parte del Estado se caracteriza por la riqueza mineral de sus aguas que lo convierten en la ruta de la salud, por las propiedades curativas que encierran, lo cual hace al Estado competitivo con países europeos que cuentan con estos atractivos.

Michoacán cuenta con 500 manantiales de aguas termales con propiedades curativas y temperaturas que oscilan entre 12 y 100°C, localizados principalmente en la zona norte del Estado, que corresponde a los municipios de Zitácuaro, Jungapeo, Irimbo, Contepec, Maravatío, Cd. Hidalgo, Zinapécuaro, Queréndaro, La Piedad, Ixtlan de los Hervores, Villamar, Pajacuaran, Marcos Castellanos y Cóeneo. Zona Geográfica conocida como "Ruta de la Salud", decretada de interés social para

el desarrollo turístico de Michoacán.

3.2. INFRAESTRUCTURA TURISTICA.

A fin de aclarar la aparente contradicción o posible duplicidad entre este punto y el siguiente, delimitaré en este, todas aquellas obras que efectúa el gobierno con carácter social y que además, se consideran privativas de este sector.

La infraestructura, antes de obedecer a políticas turísticas, obedece a la necesidad de dotar de servicios a la población asentada en los polos de desarrollo, o sea, es complementaria con la actividad turística. Así tenemos que, la infraestructura turística es la misma para todas las ramas de la actividad económica, aunque no se distribuya equitativamente por razones de orden monetario principalmente.

Particularizando sobre la infraestructura necesaria para aprovechar y explotar los elementos naturales y de cultura que motivan los viajes temporales, es importante señalar que el surgimiento y desarrollo turístico de una localidad determinada, dependerá en gran parte de la existencia de las siguientes obras:

a) Adecuadas vías de comunicación: caminos, puentes, pistas de aterrizaje, puertos marítimos, vías marinas y férreas, en

tre otras, que permitan el tránsito y el acceso a los sitios de destino.

b) Sistemas de transporte público, para la movilización de pasajeros por tierra, agua y aire, lo mismo en los desplazamientos locales que en los de carácter nacional o internacional.

c) Sistemas de telecomunicación, que facilitan este servicio y que en especial se refieren al equipo o instalación de líneas que operan telégrafo, télex, teléfono, o bien por radio, mediante el sistema de microondas.

d) Servicios generales: sobre todo de asistencia, educativos, administrativos, bancarios y religiosos.

e) La instalación de redes de suministros, que provean de energía eléctrica, agua y combustible a las empresas de carácter turístico y a otros usuarios.

Si bien es cierto que, salvo casos excepcionales, estas -- obras no siempre se construyen en función de objetivos turísticos, su incremento y diversificación repercute en forma positiva en el desarrollo de esta actividad.

Comunicaciones: Michoacán cuenta con 23 diarios, 31 estaciones de radio A.M., 4 de F.M. y dos estaciones de televisión. El servicio de télex, propiedad del Gobierno y particulares,

alcanza un número de 50, distribuidos principalmente en las Ciudades de Morelia, Zamora, Uruapan, Apatzingan, Zitácuaro y Lázaro Cárdenas. (Zonas turísticas encuadradas en reales) - cuentan con servicio de L.A.D.A., 31 cabeceras municipales.

Carreteras: El Estado de Michoacán registra 2,981 Kms. de - carreteras asfaltadas, siendo las principales:

Puente Blanco-Amealco-Morelia.

Quiroga-Cuatro Caminos-Tepalcatepec.

La Piedad-La desviación (Carapan).

Carapan-Uruapan-Playa Azul.

Morelia-Salamanca.

Briseñas-La Piedad.

Zinapécuaro-Puruándiro-Cuitzeo.

Opopeo-Tacámbaro-Puruarán.

Zitácuaro-Huetamo-Cd. Altamirano.

Morelia-Charo-Indaparapeo-Maravatío-Tlalpujagua.

Vista Hermosa-Zamora.

Zinapécuaro-Huajúbaro (Mil Cumbres).

Jiquilpan-Tecatitlán.

Tiripetio-Acuitzio-Villa Madero.

México-Morelia-Guadalajara.

Ferrocarriles: Las dos divisiones de los FF.CC. que cruzan-

el Estado son:

Pacífico Centro, 457 Km. entre Morelia-Uruapan-Apatzingan y Lázaro Cárdenas.

División Guadalajara, con 305 Km. que comunica al Estado con el resto del país por la línea principal Morelia-Maravatio--Acámbaro, y otras que a 1980 según las estadísticas del anuario son de 1,127 Km.

Salud: En materia de salud, en el Estado funcionan tres organismos para atender a diversos núcleos de población a través de 467 establecimientos, 2,161 camas, 1,415 médicos y -- 1,978 paramédicos.

Sector Salud en el Estado de Michoacán

Organismos	Establecimientos	Camas	Médicos	Paramédicos
Seguro Social	213	614	618	936
Salubridad	178	1 383	590	845
I.S.S.S.T.E.	61	89	207	197
Particulares*	15	75	--	--
T o t a l :	467	2 161	1415	1978

(*) Las estadísticas existentes en el anuario estadístico, - la economía mexicana en cifras y el manual de Estadísticas Básicas del Estado, no registran este renglón, por lo que el dato contemplado en este cuadro es estimado.

 Longitud, capa de rodamiento y clase de carretera. Edo. Michoacán
 kilómetros

 1975 1976 1977 1978 1979

Carreteras Principales:-

Longitud	1893	2296	2145	2254	2319
Terracería	70	134	69	37	45
Revestidas	115	151	61	53	96
Pavimentadas	1708	2011	2015	2164	2178

Carreteras Secundarias:-

Longitud	1532	1406	2150	2060	2107
Terracería	- . -	22	557	167	368
Revestidas	766	666	970	1054	854
Pavimentadas	766	718	623	839	885

Caminos Vecinas, Locales
o Rurales:-

Longitud	6118	5937	5414	5675	5721
Terracería	3007	2967	2494	3214	3204
Pavimentadas	162	47	144	95	51

Fuente.- Anuario Estadístico 1981 S.P.P. Michoacán.

Transporte Aéreo: Los aeropuertos de Morelia, Uruapan y Lázaro Cárdenas prestan un regular servicio por sus condiciones técnicas, y se tiene en proceso la construcción del nuevo aeropuerto de la ciudad de Morelia (Internacional).

Existen actualmente 41 aeropistas, entre las que se cuentan las de Huetamo, Zamora, Zitácuaro, Zacapu, Coalcoman, Arteaga, Nueva Italia y Cumuatillo, todos de pista corta.

AEROPUERTOS Y AERODROMOS

ESTADO DE MICHOACAN

T O T A L		INTERNACIONALES		NACIONALES		AERODROMOS	
1979	1980	1979	1980	1979	1980	1979	1980
N1208	1312	N. 36	N 36	N 31	31	N1141	N1244
E39	E 41	E - . -	E - . -	E 3	E 4	E 36	E 37

Fuente: Anuario Estadístico 1981 S.P.P.

N. Nacional

E. Estatal

Electrificación: Michoacán cuenta con una capacidad instalada de 1'570.000 KW, incluyendo 1'012.000 de la Planta Hidroeléctrica de Infiernillo, cuyo envase se encuentra dentro del territorio del Estado, en límite con el Estado de Guerrero, y pequeñas plantas al servicio de particulares.

Las otras plantas hidroeléctricas en importancia son las de La Villita, El Cóbano y Cupatitzio.

Los pozos geotérmicos de Los Azufres, (19 actualmente) no los registran las estadísticas, pero ya están produciendo cinco de ellos aproximadamente.

El número de localidades electrificadas en 1980 era de 1,405

beneficiando a 2'630 mil habitantes, o sea, que un 80% de la población del Estado cuenta con servicio de energía eléctrica. Esto es, todas las cabeceras municipales y localidades con más de 5 mil habitantes, gozan de este servicio.

Educación: En el ciclo escolar 1979-1980, según la S.E.P. -- el número de escuelas que funcionaron en el Estado fue de -- 4,512 con 15,117 profesores y 871,372 educandos, correspon-- diendo el mayor número a la educación primaria con 3,781 es--uelas y 16,901 profesores para 707,373 alumnos, siguiéndole en importancia la enseñanza secundaria con 355 escuelas, -- 5,827 profesores y 104,043 alumnos; en menor grado se encuen--tra la enseñanza preescolar, educación media terminal y edu--cación media superior.

3.3. EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS.

El equipamiento y los servicios con que cuenta el Estado de Michoacán, al igual que la infraestructura turística, se concentra en la parte norte del Estado, esto es, en la capital y en los centros turísticos como: Uruapan, Zamora, Pátzcuaro y Jungapeo.

A este rubro corresponden los hoteles, las arrendadoras de -- servicios, los servicios asistenciales de apoyo; talleres, --

bancos, mercados, transportes, restaurantes, las agencias de viajes y los centros recreativos (ver gráfica).

Si bien es cierto que estos no dependen únicamente del turismo, sí constituyen los pilares básicos para la práctica de esta actividad, por el apoyo que brinda a los turistas. La carencia o deficiencia de estos, juegan un papel de primerísima importancia, pues el turista espera encontrar los mínimos servicios para un goce pleno de los lugares que visita.

Existe una característica privativa del equipamiento turístico que es, su naturaleza inmaterial y abstracta para el consumidor, pues al no ser susceptible de almacenamiento, el producto turístico resulta perecedero, en consecuencia, el servicio turístico es intransferible, puesto que si no se consume durante el tiempo y en el lugar donde se ofrece, inevitablemente redundará en pérdidas económicas. Así, por ejemplo, las utilidades de un hotel, son siempre proporcionales al número de cuartos que se rentan y al tiempo que permanecen ocupados. Por lo tanto, las remuneraciones al trabajo personal, presentan la misma tendencia que la distribución de los recursos materiales dedicados a este sector.

Lo que nos permite asentar que actualmente las actividades de servicios, combinan la función de satisfacer por un lado,

las necesidades de una sociedad moderna, con las de proveer-ocupaciones poco productivas a un elevado grupo de personas-dedicadas a esta actividad, que pueden calificarse como SUB-EMPLEADAS, que se reflejará inevitablemente en servicios deficientes por falta de incentivos que permitan un equilibrio entre estos factores productivos.

Los criterios de clasificación de establecimientos de hospedaje se establecen por:

- a) La calidad y diversidad de servicios: de lujo, de primera, segunda y tercera clase.
- b) La estadia del usuario: residencial y comercial.
- c) El tiempo que permanece abierto: de estación y permanente.
- d) La localización geográfica: de ciudad, de montaña, de -- campo, de lago y de playa.
- e) Las terminales de transportes y las vías de comunicación a las que están próximos: de terminal aérea de terminal-marítima o de navegación interior y de carreteras.
- f) La dimensión: pequeño, mediano y grande.
- g) La forma en que opera y las instalaciones con las que -- cuenta: tipo hotel y tipo extra hotel.
- h) Su organización: independiente y en cadena.

Debemos mencionar también, que día a día es mayor el número de hoteles que operan en cadena, por las considerables ventajas que ofrece el sistema. Se menciona también la falta de apoyo que priva en la mayoría de los países, hacia la hotelería pequeña y mediana, que debe enfrentarse a problemas para su financiamiento, carencia de recursos propios para ello, por lo que escasamente participa en el mercado de reservaciones, puesto que es más cómodo para el agente de viajes, gestionar los arreglos correspondientes, a través de cadenas cuyos representantes lo visitan con frecuencia y le facilitan los medios para confirmar inmediatamente dichas reservaciones.

Servicios comunes o mediatos: Estos son, en cambio, aquellos cuya prestación no depende únicamente del turismo, ya que satisfacen específicamente también las necesidades de la población local. Entre ellos, podemos mencionar los proporcionados por establecimientos donde se expenden bebidas y alimentos preparados, ya que, aunque el sujeto del turismo al desplazarse a otro lugar, necesariamente requiere para su consumo personal este tipo de servicios, gran parte de los habitantes acude también, por necesidad o por deseo, a dichos establecimientos, y por lo tanto, su funcionamiento si bien es cierto que el turista lo reclama, no depende exclusi

vamente de él, ya que responde a una considerable demanda -- distinta.

No hay que olvidar que el turismo es una actividad de servicio, que requiere la participación de prácticamente todos -- los sectores productivos y de servicio; es actividad de cruce, no es una actividad que se pueda reducir solamente a un sector limitado como puede ser la minería o puede ser la industria forestal.

De ahí que tenga que organizarse una serie de elementos: infraestructura, transporte, abasto de alimentos, servicios recreativos de toda índole; en fin, una serie de actividades -- que tienen necesariamente, que confluir para que una comunidad, un país, esté en posibilidad de proporcionar servicios -- turísticos a los nacionales y a los extranjeros, de ahí la -- necesidad de que para impulsar los servicios turísticos nacionales debemos fomentar, aún desde el nivel de la educación elemental, una conciencia turística nacional. Se necesita desarrollar una serie de instrumentos de fomento, al establecimiento y a la operación de los servicios turísticos: fi nanciamiento, telecomunicaciones, medios masivos de difusión, información especializada y una serie de servicios colaterales.

En momento de recesión e inflación internacional, urge mejorar los servicios turísticos —la segunda fuente generadora de divisas— mediante la capacitación y sobre todo el aprovechamiento de la infraestructura existente.

"El Turismo, es una fuente renovable generadora de divisas, —de ahí que depende de nuestra capacidad y voluntad para poder aprovechar toda la potencialidad que significa para nuestro país. Más que brindar servicios baratos o caros, es importante proporcionar buenos servicios.

Con apoyo a este rubro por parte del Gobierno Federal a través de Fonatur, otorgó crédito a inversionistas del Estado, —como sigue:

Inversión en Equipamiento Turístico
(miles de pesos)

AÑO	TOTAL NAL.	ESTATAL	PRIVADA	CREDITOS FONATUR	EXTRANJ.
1975	1.423	38.5	19.4	36.1	-.-
1980	9.030	103.3	51.7	96.0	-.-

Fuente: Gobierno del Estado de Michoacán, Dirección de Turismo.

Derivado de este cuadro, se puede concluir que, el apoyo y - la importancia que el Gobierno Federal y Estatal, se refleja en el incremento de recursos económicos hacia esta actividad en el período analizado.

La situación en los próximos meses, se verá afectada por la- actual crisis y los altos costos de construcción. Es por eso que se prevé una alteración en el ritmo de crecimiento de la infraestructura y del equipamiento Turístico.

Los datos sobre el crecimiento de la infraestructura hotele- ra incluyen no sólo la inversión pública, sino los condomi-- nios y casas turísticas financiadas por el sector privado.

CAPITULO IV

PERSPECTIVA TURISTICA DE MICHOACAN

4.1. DIAGNOSTICO ESTATAL DEL TURISMO.

A pesar de la crisis económica que soportan los países, los turistas han resistido con sorpresiva fortaleza los incrementos en los servicios y la relativa pérdida de su poder adquisitivo, esto, por la necesidad psicológica tan profunda de viajar. Lo que demuestra que sólo los graves conflictos políticos, pueden apagar por completo el interés por visitar una nación.

En este punto, es menester presentar un panorama general de la situación previsible de la actividad turística estatal, considerando el estado general que se tiene a nivel nacional, y basado en sus tres manifestaciones, a saber, turismo receptivo, agresivo y doméstico.

Necesario es señalar que el diagnóstico que a continuación se hace, se basa en estimaciones subjetivas y objetivas de lo que ocurrirá en el mediano plazo con las variables tanto internas como externas, que determinan principalmente el comportamiento de la demanda en sus tres clasificaciones, sin pretender ser un pronóstico, ya que en el actual momento

to sería difícil establecer lo que va a suceder con variables como

El tipo de cambio.

Tasa de inflación.

Índice de desempleo.

Nivel de ingresos.

Así pues, tenemos que a partir del segundo trimestre de 1980, el turismo receptivo mostró una marcada desaceleración en la tasa de crecimiento tanto del gasto como en el número de visitantes como consecuencia de la pérdida de competitividad, ampliarse la brecha inflacionaria interna y la inestabilidad monetaria, así como por la disminución del ingreso personal de nuestro principal mercado: Estados Unidos. (en 1979, el turismo receptivo alcanzó la cifra de 4.03 millones de visitantes que erogó 1'433.3 millones de dólares. De este flujo, Estados Unidos representó el 85%). En 1980 y 1981 el número de turistas llegó a 4.14 y 4.04 millones de personas respectivamente, gastando 1'670.1 y 1'781.5 millones de dólares, crecimiento bajo, si se compara con el comportamiento de la década.

Por otra parte, el crecimiento acelerado de la economía mexicana entre 1979-1981, propició una elevada demanda de turismo mexicano hacia el extranjero, observamos un crecimiento medio

del 20.3% durante esos años, que contrasta significativamente con un crecimiento medio del 11.0% durante 1970-1978. Al analizar las cifras de gasto, la diferencia entre ambos periodos es aún mayor, pues de una tasa promedio anual del 13.3% entre 1970-78, se pasó a una del 49.4% entre 1979-1981, es decir, - el turismo egresivo incrementó su ritmo de crecimiento en un 272%, lo que nos induce a pensar que más que turismo recreativo, fué turismo de consumo.

TENDENCIAS ACTUALES.

Después de dos años de descenso en la afluencia de visitantes extranjeros, se prevé un repunte para 1983 según gráfica. -- (4.1) Principalmente por el extraordinario diferencial de precios con el exterior y que dada la política cambiaria flexible se mantendrá este año. También por el debilitamiento del dólar frente a monedas de Europa Occidental que favorece las corrientes estadounidenses que preferían esas zonas.

Ya es un hecho palpable el incremento del ingreso de turistas a nuestro país, lo cual puede tomarse como un indicador de la rápida recuperación de esta actividad en nuestro país.

Por otra parte, ahora las empresas turísticas cuentan con suficientes divisas para su publicidad, promoción y comercialización en el extranjero.

Respecto al turismo egresivo o pasivo, disminuirá drásticamente por el encarecimiento de los viajes al extranjero, originado por la devaluación del peso, de ahí que este rubro quedará ubicado para la población de altos ingresos y a los relacionados con fines de negocios, situación que se revertirá sólo -- parcialmente ante la recesión e inflación que padecemos a los destinos nacionales.

Basado en el análisis anterior, es previsible que las condiciones a corto plazo del turismo en el Estado de Michoacán -- sean muy favorables por las razones siguientes:

- a. Su localización geográfica. Conurbado con estados altamente industrializados y potencialmente turísticos --Jalisco, Querétaro, Edo. de México y Guanajuato--, así como su extensión territorial.
- b. Su riqueza patrimonial y cultural. Rica en belleza y señoría que cuenta con un mosaico de expresiones tanto naturales como culturales, enmarcados con valles fértiles y bosques umbríos, además de la abundancia de manantiales de -- aguas termales y sus contrastantes climas.

Ver cuadro movimiento turístico y balanza turística.

- c. Su infraestructura. Tanto la existente en pistas de aterrizaje cortas, carreteras, vías férreas, como las que se están desarrollando, entre las más importantes se cuenta el aeropuerto internacional de la Ciudad de Morelia así como las obras que tiene programadas el Gobierno Estatal, relacionado con los servicios básicos como: al cantarilla do, electrificación, creación de centros educativos, de centros asistenciales, servicios de correos, telégrafos, teléfonos, radio, telex y microondas.
- d. Su equipamiento como hotelería de todas las categorías, servicios de bares, artesanías, restaurantes, asistenciales, transportación, arrendamiento de inmuebles, talleres de servicios, etc.
- e. Sus recursos humanos, susceptibles de elevar su productividad mediante un adecuado entrenamiento, en o para el trabajo, sea en empresas privadas o estatales, pues no se puede soslayar un incremento de turismo hacia el Estado de Michoacán con la planta actual de mano de obra, pues sería conformismo mantener subaprovechada la infraestructura, así como el equipamiento existente situación que se ha reflejado en la demanda de corta estancia y en consecuencia de poco consumo de alimentos y bebidas y otros servicios.

Lo anterior nos lleva a reflexionar sobre el índice ocupacional del sector turismo en el Estado de Michoacán. Abstrayendo nos de la relación laboral que se tiene y que por la naturaleza de esta actividad —cíclica— predomina el carácter de eventual y sin ninguna garantía mínima de estabilidad laboral. -- Situación que impide un verdadero desarrollo del turismo, no solo en el estado sino a nivel nacional.

*(Ver cuadro 4.1)

4.2. POLITICAS ECONOMICAS.

Entendiéndose éstas como todas las medidas tendientes a cambiar la estructura existente en materia económica e influir en un equilibrio de los factores productivos. A continuación se detallan las que reúnen las características básicas como: coherencia y viabilidad.

Las políticas propuestas para normar la actividad turística, son de carácter financiero, técnico, jurídico y social a saber:

1. Incrementar la infraestructura y equipamiento turístico o, por lo menos remozar y acondicionar la existente, esto, sobre todo, por la contracción presupuestal que registró este año en todos los sectores. (Pero de mayor impacto en -

el de carácter social). En el país existen 7,000 inmuebles hoteleros, de los que las cadenas extranjeras operan, sin ser propietarias, 31 hoteles con capacidad instalada de 9,040 cuartos, que representan el 4.2% de la oferta total nacional y el 9.3% de la oferta de las primeras tres categorías.

Lo referente a la planta de restaurantes, existen algunas importantes cadenas de capital extranjero, que sin embargo, controlan una porción aún más pequeña de la oferta en este renglón. (24)

En 1978, de acuerdo con el Banco de México, la entrada --bruta de divisas por turismo y transacciones fronterizas-- totaliza 2'771.3 millones de dólares, equivalente al 250% de las exportaciones totales de la agricultura' al 153.7% de las exportaciones de petróleo' al 132.7% de las exportaciones de la industria extractiva en su conjunto, y al 129% de las exportaciones conjuntas de las industrias de transformación. En concreto, podemos decir que la actividad turística es una destacada generadora de divisas, que refleja el 38% del total de exportaciones y servicios, --

así como primera fuente de empleos (según el P.N.T. hasta 1982 fue de 1.5 millones de personas) situación que México ha logrado con esta infraestructura y equipamiento y - con una participación de sólo 1.5% del mercado turístico-mundial. Ver anexos estadísticos.

2. Legislar sobre el derecho a la recreación, pues no se puede pensar en el derecho al trabajo sin derecho al primero, pues resulta absurdo pensar en el derecho a la recreación de un desempleado, ya que se caería en un círculo vicioso. Esta proposición va de acuerdo con los convenios de la organización internacional del trabajo.

Actualmente el drama humano y social de 2 millones de desocupados y 10 millones de subempleados —de acuerdo con los datos de Bancomer—. (25) La segunda categoría, en un alto porcentaje, no es más que un eufemismo estadístico.— Sí a esos 12 millones de compatriotas arrojados fuera del circuito de la producción les asignamos conservadoramente tres dependientes, tendremos 36 millones de miserables, - que representan nada menos que la mitad de la población.

(25) Uno más Uno. 2 de marzo de 1982.

Esa masa de demandantes de trabajo, que es el mínimo derecho exigible, se incrementa anualmente con 750 mil jóvenes de -- nuevo ingreso a la población económicamente activa. La privación del empleo o su búsqueda frustránea por quienes jamás -- lo han tenido al igual que la entrega forzosa a tareas temporales, infrarremuneradas y sin ninguna de las garantías más-- elementales, conduce a una pérdida masiva de la identidad y -- es útil recordar, sin caer en amarillismos, pero sin deva-- luar el problema, que la violencia está entre las formas más comunes de recuperación de la identidad. La premisa política que por obvia suele ignorarse, es la siguiente: esa inmensa-- legión de asalariados sin salario, va a intentar sobrevivir-- a cualquier precio.

Y esto ocurre en este país revolucionario, precursor de los-- derechos sociales y de varias importantes instituciones jurí-- dicas, que ha dado rango constitucional al trabajo y a la salud, lo que obliga a recordar una máxima de Tacito "corrup-- tissima república, plurimae leges" (entre más corrompida es-- una república, más leyes tiene). Sólo así se entiende este -- fenómeno que nos ocupa.

2.1. Actualmente, el drama laboral de Michoacán se refleja --

en:

- a. Un abandono del campo y emigración e inmigración constante hacia las zonas urbanas y hacia los Estados Unidos, - donde se ven obligados a efectuar labores de servidumbre e infrarremuneradas principalmente por la ausencia de capacitación y su escasa preparación escolar.
- b. Elevado desempleo y subempleo, por la retracción de inversiones en la planta productiva y en obras de carácter social. Lo que nos muestra un círculo vicioso, clásico - del subdesarrollo —no se invierte por falta de mano de obra capacitada, no se capacita porque no hay fuentes de empleo—. Si a esto le agregamos la especulación de capitales que ha propiciado nuestro sistema bancario con las altas tasas de interés, que ha ocasionado el olvido del único generador de riqueza "EL TRABAJO".

Por lo anterior, una Política de Empleo Sana, debe contem- - plar no sólo el punto jurídico, sino el técnico administrativo que garantice un equilibrio entre factores productivos -- con relación a los recursos humanos del sector turismo en el Estado de Michoacán se estima que carece de capacitación la mayoría de ellos, esto es, basado en la existencia de 4 escuelas de turismo en el Estado (dos de nivel básico, una de nivel medio y una superior) y en las declaraciones del director de la Escuela Superior de Turismo del I.P.N. citado en -

página 118 punto 4.2. de ahí la necesidad urgente de valorar la importancia económica y social que tiene esta actividad para el Estado y la economía nacional a fin de orientar recursos y esfuerzos que permitan elevar las tasas de empleo y capacitación actuales y así, aprovechar racionalmente tanto los recursos turísticos como los recursos humanos con que cuenta este hermoso estado de la República Mexicana.

3. Levantar un inventario de las riquezas naturales, así como de centros turísticos de México.

Este punto debe ser urgente, ya que a partir de éste, -- las estrategias que se giren en torno al turismo, serán más positivas, pues se partirá de algo concreto y objetivo.

La carencia de un inventario nacional, ha ocasionado no sólo la dispersión de programas, sino la desviación de recursos que no han sido equilibrados, esto es, se ha dado mayor apoyo a centros turísticos para el turismo receptivo de procedencia extranjera, descuidando e ignorando el turismo a nivel nacional. Según datos del FONATUR, en México recibimos en 1981 cuatro millones de turistas extranjeros y, conservadoramente, 20 millones de turis--

tas nacionales. Esta proporción de 5 a 1 nos habla de la importancia que representa esta categoría turística. -- Igualmente del escaso aprovechamiento turístico del tiempo libre; pues de cada 100 mexicanos, solamente 28 disfrutan de la riqueza turística del país.

4.2.1. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO.

Sin duda, la actividad turística tiene un peso significativo en la economía nacional. Sus efectos se reflejan en muy corto plazo en un país que, como el nuestro, tiene una débil capacidad exportadora y grandes necesidades de importaciones. -- De ahí que surja la necesidad de definir las estrategias correctas para lograr los objetivos que se persiguen en materia turística.

Dadas las condiciones que prevalecen en nuestro país, y visto el turismo como opción para diluir un poco los problemas que enfrentamos, se hace urgente definir estrategias que permitan una mayor participación en este mercado para aprovechar el equipamiento y la infraestructura existente, dada la mayor competitividad que ofrece la situación monetaria.

Estas estrategias deben ser, primero, coherentes con las necesidades del turismo y del país y segundo, factibles, dada

la estructura creada para ello.

1. Capacitación de personal. Esta, tiene que ser orientada como ya se dijo antes, en y para el trabajo, a fin de sostener actualmente la demanda de servicios, y a futuro, abarcar los puestos directivos, que son los mejor remunerados. Paralelo, es menester adecuar los planes de estudio existentes - en los diferentes centros de estudios turísticos, aprovechando las experiencias que pueda tener CICATUR/OEA, evitando -- dispendio de recursos y tiempo.

Cabe aclarar que ya se han dado pasos sobre este problema, - creándose centros de capacitación para el trabajo, que sin - embargo, adolecen de una adecuada coordinación entre objetivos y medios, ya de carácter técnico, ya de carácter finan-- ciero y hasta político, lo cual ha obstaculizado un adecuado funcionamiento. Amén de su inadecuada distribución geográfica, así como la carencia de instructores.

Dentro del sistema de enseñanza se destaca la rigidez en - - cuanto a su integración, a sus programas de estudio; orientados hacia una gran variedad de especialidades, esto es, todo logos.

De acuerdo con el Director de la Escuela Superior de Turis--

mo, la capacitación en este sector "es un problema estructural", ya que para más de 150 mil trabajadores de la industria restaurantera no hay una sola escuela, ni tampoco para los empleados de los hoteles que suman más de 300 mil. (22)

2. Conservación de centros recreativos (Patrimonio Turístico). Este rubro es tan importante, que el descuido mínimo -- provoca ausencia de visitantes y sobre todo, una pérdida -- irreparable. Esta conservación comprende la señalización correcta, recolección de basura, vigilancia constante para evitar el deterioro ecológico del escenario natural.

3. Vinculación de esfuerzos. A este respecto, es importante hacer notar la existencia de muchos organismos, así como de muchas empresas orientados al mismo fin, que lo único que -- provoca, es el entorpecimiento de acciones, además de desviación de recursos monetarios. Pues desde el punto de vista -- económico es irracional esta dispersión.

4. Incentivar la inversión privada en la actividad turística. Principalmente aquella que permita elevar el índice ocupacional, o sea, aquella de mano de obra intensiva, y vice--versa, desincentivar la inversión de capital intensivo, sea-

6. Llevar a cabo una promoción a nivel internacional encaminada a elevar el turismo receptivo, aprovechando las representaciones que se tienen en el extranjero. Esta promoción debe comprender tanto la publicidad como la información respecto a la situación nacional, distorsionada y apoyada por países que se consideran afectados o que pretenden desviar el turismo hacia ellos.

Un problema importante para México es la no concurrencia al mercado internacional, mediante la integración, promoción y venta de paquete integral que comprendan: transportación, hospedaje y alimentación.

Actualmente, este tipo de ofertas están en manos de los operadores internacionales de recorridos turísticos, los que manejan el mercado a su antojo y no siempre reflejan en sus precios de venta las tarifas promocionales que consiguen en México.

Debido a su predominio en el ámbito internacional, las grandes operadoras extranjeras de viajes distorsionan la oferta turística nacional. Solamente difunden las tarifas que tienen su propio sistema de promoción y reservación.

Con esta política, el turismo receptivo se concreta a la --

promoción que hagan los turistas que han visitado nuestro país. (23)

4.3. METAS SOCIOECONOMICAS.

Definidas las estrategias y las políticas a seguir en materia turística, diferenciaremos a estas como el logro obtenido al evaluar cuantitativamente las metas propuestas. Así como sus desviaciones, lo que ocurre con los objetivos, -- así, el P.N.T. postula un objetivo básico de resultados -- (consolidar el papel estratégico del turismo en el desarrollo económico nacional) y dos básicos operativos (lograr la autonomía tecnológica, financiera y comercial en el sector y alcanzar racionalidad y eficiencia en el funcionamiento turístico). (24)

Partiendo de esta definición, el P.N.T. definió metas de -- corto y mediano plazos susceptibles, por su naturaleza y -- por la información disponible, de expresarse cuantitativamente. (25) Para determinarlas, se realizarán proyecciones de la demanda (afluencia turística) y de la oferta de hospedaje. El análisis comparativo de dichas proyecciones mues--

(23) Uno más Uno. 23 de agosto de 1982.

(24) P.N.T. Plan Nacional Turístico. S.P.P.

(25) P.N.T. Plan Nacional Turístico. Ver gráficas. S.P.P.

tra que la oferta será insuficiente, por lo que se tendrá -- que hacer un esfuerzo por mejorarlo, sobre todo en períodos-- vacacionales.

Dadas las condiciones actuales, sería más conveniente estructurar los períodos cíclicos y no orientar inversiones costosas y recuperables a largo plazo. Resulta impensable el proponer metas ajenas a la realidad e inviables, y que lo único que representan son pérdidas de esfuerzo, tiempo y dinero.

De acuerdo con la realidad, las metas socioeconómicas del turismo son:

1. Contribuir a la estabilización del sistema económico y financiero con la aportación de divisas para subsanar la balanza de pagos y la estructura productiva del país, -- así como elevar el P.I.B.
2. Aprovechar mejor los recursos humanos y naturales dispuestos para esta actividad, a fin de contrarrestar los efectos de la característica del turismo como es lo cíclico.
3. Abatir el elevado desempleo y subempleo sobre todo de -- grandes capas de mano de obra no calificada. Capacidad -- privativa de esta actividad.

Con esto se busca tanto la redistribución de la riqueza como el arraigo de población en sus entidades, permitiendo elevar su nivel de vida y evitar la creación de cinturones de miseria y escasez de servicios para los habitantes de zonas urbanas. En la práctica, no sólo los hoteles, sino los mejores productos y servicios se destinan para los turistas. De ahí que las metas propuestas tiendan a mejoras sociales y económicas, que son y serán los únicos y verdaderos parámetros de desarrollo.

El turismo, ejemplifica un enorme repertorio cultural de actitudes y expresiones, individualizadas y colectivas, en orden a las formas profundas de historicidad. Es ostensible -- que el turismo no puede ser, como a veces ocurre, una industria para el saqueo del visitante. Así que los pueblos que -- han pensado el turismo de esa forma, han visto disminuir -- --por las múltiples opciones que ejerce esa industria a escala-- todas las posibilidades de influencia real en el proceso y, por lo tanto, de cristalizar metas sociales y económicas.

En el caso de Michoacán. Las metas socioeconómicas serían -- la de ser un Estado más próspero y productivo en todos los sectores, apoyados en la actividad turística que es la pana-

cea para erradicar todas las deficiencias en materia económi
ca, dada la gran capacidad que abarca esta actividad en to--
dos los sectores; por lo tanto habrá que sumar esfuerzos y -
multiplicar logros para explotar las riquezas naturales y tu
rísticas para beneficio de la sociedad. O sea, aplicar las -
políticas correctas apoyadas por las bien definidas estrate-
gias y aprovechar su localización geográfica y su colindan--
cia con otros Estados comerciales y turísticos.

CONCLUSIONES

Con el afán de no caer en tesis ambiciosas que por lo mismo se convierten en imposibles, estoy intentando en este trabajo mostrar un panorama económico de las condiciones que presentan dos enigmas de la irracionalidad existente tanto en el sector turismo como en el Estado de Michoacán, que de ser considerados como estrategia de crecimiento a uno y con una riqueza turística al otro, no se han orientado políticas que permitan su aprovechamiento integral. De ahí que el quid de esta problemática se centre en los recursos humanos de todos los niveles que se consideran interrelacionados con esta actividad.

Partiendo de las experiencias de otros países y de las observaciones de Jacques Bugnicourt para no caer en mismos errores, una política turística tanto estatal como federal, convertiría al Estado de Michoacán conjuntamente con otros Estados en fuente ininterrumpida de riqueza para todo el territorio, tanto por las divisas que genere esta actividad, como por la redistribución de recursos a las diferentes regiones consideradas potencialmente turísticas, así también por la generación de empleo, a nivel regional (del sector servicios y sector agrícola) lo que redundaría en arraigo de la pobla-

ción que, por un lado evitaría presiones a las zonas urbanas y por otro, disminuiría el índice actual de desempleo.

Para ello, será necesario la orientación de recursos a la capacitación de mano de obra, en cuyo sector son más graves -- las limitaciones que el actual presupuesto y las políticas -- impuestas por el Fondo Monetario Internacional prevé. No hay que olvidar que la escasez de mano de obra calificada puede ser una limitante en el desarrollo económico. Además de ser el parámetro que permite evaluar un índice de crecimiento. -- Avalando lo expuesto, la coordinadora del empleo y adiestramiento, asienta que el 74% de los trabajadores, no cuenta inclusive ni con la formación básica, lo que nos induce plantear una nueva clase de relaciones sociales que evite, que -- como hoy, muchos mexicanos tengan que hacer un esfuerzo para sentirse parte de una patria que todo les niega. De tal suerte que se cae en el círculo de la pobreza de Nurske: Un hombre pobre puede no tener suficiente para comer, al estar desnutrido, su salud puede ser débil, al ser físicamente débil, su capacidad de trabajo será baja. Lo que significa que no -- tendrá suficiente para comer y así sucesivamente.

Con la finalidad de querer participar efectivamente en el debate que se observa sobre el diseño de las alternativas via-

les, no ideológicas para la economía y la sociedad mexicana— acerca de este sector, he intentado destacar tanto el aspecto negativo como el positivo de la práctica de la actividad turística, que de seguir con la actual tendencia —servicios deficientes, falta de información, comercio voraz, anarquía de políticas— el superávit de nuestra balanza turística decaerá más, como se ha observado en los dos ejercicios pasados.

Es de desearse también, que en un país como el nuestro, el desperdicio de recursos, tanto humanos como materiales, fuese el menor, por lo que es necesario pensar en voz alta que se frene la actual especulación, donde el ahorro y los fondos para capital de trabajo son desviados de la productividad, que es la única generadora de riqueza, así como la anarquía que impera en los organismos encargados del desarrollo turístico.

La alternativa está en marcha con el desarrollo del turismo, la coyuntura actual nos permite observar la competitividad que representa la actual paridad monetaria, que ha motivado la preferencia de nuestros centros turísticos, tanto del turismo extranjero como por el turismo doméstico.

Aunque la recesión económica de países considerados proveedo

res de turistas a nuestro país es grave actualmente, hay que considerar que el turismo es una necesidad, por lo que difícilmente desaparecería esta actividad, así que, debemos estar preparados para su desarrollo y para administrar la abundancia que nos depara este sector. Caso contrario, caeremos en errores como los que estamos padeciendo, porque las medidas novedosas se han sucedido puntualmente atrasadas; lo urgente reemplazó a lo necesario y las decisiones han perdido eficacia, porque no se adelantan suficientemente a los acontecimientos y sí se enfrentan a una actitud de descontento social creciente.

Considerando que la tesis antes de cumplir un requisito académico deben tener una finalidad socioeconómica sobre todo, cuando tiene un contenido viable, que lo aleja de las tradicionales recetas tecnócratas que han abonado el campo fértil de la crisis económica a la que nos estamos acostumbrando, deseo que las autoridades escolares orienten su apoyo y eviten el pesimismo que encierra la elaboración de estos trabajos y dejen de ser simples ejercicios mentales.

APENDICE Y TABLAS ESTADISTICAS

CUADRO 3.1

MOVIMIENTO TURISTICO POR REGIONES						
CONCEPTO	PORCENTAJES-MILLONES *					
REGIONES	1975	1976	1977	1978	1979	1980
Africa	2.0	1.8	1.8	1.9	1.9	2.0
Norte-Amer.	14.0	13.2	12.8	12.5	12.4	12.0
México	1.5	1.3	1.3	1.4	1.5	1.5
Centro Amer.	0.8	0.8	0.7	0.8	0.7	0.6
Caribe	3.6	3.4	2.4	2.5	2.4	2.4
Pacto Andino	0.6	0.6	0.8	0.9	1.0	1.0
Cono Sur	1.1	1.0	1.2	1.2	1.1	1.1
Asia otal.	3.8	4.0	4.2	4.6	5.0	5.0
Europa	70.3	71.6	72.6	72.0	72.0	72.2
Oriente medio	1.6	1.6	1.4	1.4	1.3	1.4
Asia del sur	0.7	0.7	0.8	0.8	0.7	0.8
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
*Turistas	210.7	230.5	245.7	263.3	272.3	279.6

FUENTE: O.M.T. y CICATUR/OEA.

AFLUENCIA TURISTICA RECEPTIVA
(miles de personas)

CUADRO 3.1A

Año	Afluencia		Por ciento		Afluencia estatal		Por ciento	
	Nacional	Estatad	Estatad	Otros	Nacional	Extranjero	Nales.	Ext.
1970	2'250.0	800.0	36.0	64.0	745.2	64.8	92.0	8.0
1971	2'509.5	885.0	35.3	64.7	793.8	91.2	89.7	10.3
1972	2'914.6	993.0	34.1	65.9	891.8	101.2	89.8	10.2
1973	3'226.4	1'190.5	36.9	63.1	1'086.0	104.5	91.2	8.8
1974	3'362.3	1'316.2	39.1	60.9	1'170.3	145.9	88.9	11.1
1975	3'217.9	1'489.9	46.3	53.7	1'311.5	178.4	88.0	12.0
1976	3'107.0	1'801.2	57.9	42.1	1'631.3	169.9	90.6	9.4
1977	3'247.1	2'071.4	63.8	36.2	1'950.6	120.8	94.2	5.8
1978	3'753.7	2'164.6	57.6	42.4	2'071.4	93.2	95.7	4.3
1979	4'135.0	2'066.2	49.9	50.1	1'962.5	103.7	95.0	5.0
1980	4'144.2	2'510.4	60.6	39.4	2'422.2	88.2	96.5	3.5

FUENTE: Deleg. Fed. de Turismo del Edo.
Estad. básicas del Sector Turismo. Banamex-Bco. de México 1980.

CUADRO 3.1B

INGRESO BRUTO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA Y SU PARTICIPACION EN EL
 PRODUCTO INTERNO BRUTO ESTATAL Y NACIONAL, POR CONCEPTO DE ALI-
 MENTACION Y HOSPEDAJE.

AÑOS	CONCEPTO	INGRESO BRUTO TURISTICO ES- TATAL A (PESOS)	PRODUCTO INTERNO BRUTO			
			E S T A T A L		N A C I O N A L	
			PESOS B	A/B PORCENTAJES	PESOS C	A/C PORCENTAJES
1965	Alojamiento tem- poral	18,805	4,516,304	0.004	252,028,000	0.000074
	Preparación y -- venta de alimen- tos y bebidas.	63,139	4,516,304	0.014	252,028,000	0.00025
	Total	81,944	4,516,304	0.018	252,028,000	0.00032
1970	Alojamiento tem- poral	66,548	6,631,390	0.010	418,700,000	0.00015
	Preparación y -- venta de alimen- tos y bebidas	105,710	6,631,390	0.016	418,700,000	0.00025
	Total	172,258	6,631,390	0.016	418,700,000	0.00040
1975	Alojamiento tem- poral	115,978	9,794,652	0.012	987,700,000	0.00011
	Preparación y -- vta. de alim. y- bebidas	246,116	9,974,652	0.025	987,700,000	0.00024
	Total	262,094	9,974,652	0.037	987,700,000	0.00035

FUENTE: V, VI y VII CENSOS DE SERVICIOS, D.G.E., S.I.C. Y BANCO DE MEXICO.

CUADRO 3.1C

Efecto multiplicador del gasto turístico				
Sobre el PIB y sobre el empleo (millones de pesos de 1978)				
Año	PIB generado por El efecto multiplicador del gasto turístico	Empleo generado por el efecto multiplicador del - autónomo (1).	Proporción del producto generado respecto al P.I.B.	Proporción del empleo generado con respecto a la P.E.A.
1975	261,275	1'753,998	14.2	13.0
1978	314,476	2'164,501	15.3	15.2
1979	334,968	2'391,934	15.2	16.3
1980	402,903	2'670,092	16.9	17.6
1981 _E	472,140	2'984,612	18.1	18.9
1982 _E	549,648	3'350,158	19.0	20.2

(1) Gasto que no depende del nivel de ingreso. Incluye inversión y turismo receptivo, excluye al turismo interno.

FUENTE: PLAN NACIONAL DE TURISMO. MEXICO 1980. S.P.P.

Si se considera el efecto multiplicador del gasto turístico se aprecia que por cada peso gastado por un turista residente en el exterior o cada peso invertido en turismo, incrementa en casi cuatro pesos el P.I.B.

CUADRO 3.2A
 RED NACIONAL DE CAMINOS KMS. ACUMULADOS
 ESTADO DE MICHOACAN

AÑO	TOTAL	PAVIMENTADOS	REVESTIDOS	TERRACERIA	BRECHAS MEJORADAS
1976	193 290	60 861	84 558	46 414	1 459
1977	199 060	62 564	86 984	48 476	1 457
1978 ₍₁₎	207 661	64 176	81 384	25 750	1 036
1979	211 246	65 788	85 447	24 103	36 351
1980	213 192	66 375	87 398	27 764	31 655

(1) Reclasificación en brechas mejoradas.

FUENTE: ANUARIO ESTADISTICO 1980 S.P.P. Y ESTAD. BASICAS DEL SECTOR TURISMO BANAMEX 1980-BCO. DE MEXICO.

CUADRO 3.2B

EQUIPO AEREO QUE OPERA EN EL PAIS

AÑO	TOTAL	COMERCIALES	PRIVADOS	OFICIALES
1976	3 763	565	2 749	449
1977	3 560	520	2 550	490
1978	3 684	545	2 659 ⁽²⁾	480
1979	4 385	691	3 128	566
1980	4 859	799	3 431	629

(2) Incluye 19 Planeadores.

CUADRO 3.2B

TRANSPORTACION AREA NACIONAL
(miles de pasajeros)

AÑO	TOTAL	(3) SERV. INTERNO	SERV. EXTERIOR	EMPRE. MEX.	EMPR. EXT.
1976	10'682	7 112	3 570	1 462	2 108
1977	11'795	8 026	3 769	1 582	2 187
1978	14'163	9 278	4 885	2 031	2 854
1979	16'732	10 738	5 994	2 349	3 645

(3) Este servicio sólo lo hacen las Empresas Nacionales.

FUENTE: ESTADISTICAS BASICAS DEL SECTOR TURISMO. BANAMEX-BCO. DE MEXICO.

CUADRO 3.3A

INFRAESTRUCTURA HOTELERA EN EL ESTADO DE MICHOACAN
(OCTUBRE 1982)

LUGAR	C A T E G O R I A D E H O S P E D A J E											
	4 ESTR.		3 ESTR.		2 ESTR.		1 ESTR.		SIN CAT.T		T O T A L	
	EST.	CTOS.	EST.	CTOS.	EST.	CTOS.	EST.	CTOS.	EST.	CTOS.	ESTABL.	CUARTOS
MORELIA	5	465	15	827	10	341	21	562	22	472	73	2,667
PATZCUARO	2	111	6	159	9	202	10	162	5	105	32	739
URUAPAN	1	124	8	449	5	197	10	285	24	537	48	1,592
L. CARDENAS Y PLAYA AZUL	1	120	2	76	8	282	8	179	5	162	24	819
ZAMORA	1	124	2	158	1	60	5	156	7	135	16	633
LA PIEDAD	-	-	1	102	-	-	3	80	7	108	11	290
ZITACUARO	-	-	-	-	3	65	9	150	15	269	27	484
APATZINGAN	-	-	1	32	2	64	6	180	12	234	21	510
JUNGAPEO	1	246	-	-	1	18	3	39	-	-	5	303
RESTO DEL EDO.	-	-	2	130	12	293	15	286	81	1,217	110	1,926
T O T A L	15	1,190	37	1,933	51	1,522	90	2,079	178	3,239	367	9,963

FUENTE: DIRECCION DE DESARROLLO TURISTICO
SECRETARIA DE TURISMO DEL GOBIERNO DEL ESTADO

CUADRO 3.3B

ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE NACIONAL Y ESTATAL

CONCEPTO	1975		1976		1977		1978		1979		%	
	NAL.	EDO.	NAL.	EDO.								
Hoteles	4016	242	4196	269	4340	289	4595	297	4828	304	100	6.3
Habitaciones	144086	6128	152373	6829	157129	7270	171921	7607	185744	7980	100	4.3
Hoteles	741	24	773	25	781	26	809	31	829	31	100	3.7
Habitaciones	17143	428	18344	436	18176	451	19123	501	19614	502	100	2.5
Casas de Huesp.	1286	94	1308	96	1323	97	1339	94	1337	94	100	7.0
Habitaciones	13626	1242	13964	1257	14142	1269	14405	1236	14475	1236	100	1.5
Apartamentos	490	1	515	2	537	3	557	3	249	3	100	1.2
Habitaciones	7010	13	7440	21	7723	32	7967	32	2649	38	100	1.4

FUENTE: ANUARIO ESTADISTICO 1981. S.P.P.

ESTADISTICAS BASICAS DEL SECTOR TURISMO 1981. BANAMEX-BCO. DE MEXICO.

CUADRO 3.3C

ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL ESTADO DE MICHOACAN

PRINCIPALES CIUDADES	CONCEPTO	No. DE ESTABL. POR CATEG.			TOTAL	CAPACIDAD POR CATEGORIA			TOTAL
		"A"	"B"	"C"		"A"	"B"	"C"	
MORELIA	RESTAURANTES	25	39	27	91	1,926	3,029	1,602	6,557
	BARES	16	4	1	21	1,430	160	70	1,660
URUAPAN	RESTAURANTES	8	18	23	49	664	1,492	1,539	3,695
	BARES	8	-	-	8	730	-	-	730
PATZCUARO	RESTAURANTES	10	12	10	32	1,192	654	506	2,352
	BARES	2	1	-	3	130	140	-	270
SAN JOSE PURUA	RESTAURANTES	2	-	-	2	1,840	-	-	1,840
	BARES	5	-	-	5	1,230	-	-	1,230
LAZARO CARDENAS Y PLAYA AZUL	RESTAURANTES	4	17	14	35	1,606	772	2,774	5,152
	BARES	1	2	2	5	120	170	135	425
ZAMORA	RESTAURANTES	4	9	11	24	518	708	465	1,691
	BARES	3	-	-	3	216	-	-	216
ZITACUARO	RESTAURANTES	-	10	12	22	-	664	488	1,152
	BARES	2	-	-	2	182	-	-	182
RESTO DEL EDO.	RESTAURANTES	10	53	84	147	532	3,792	3,483	7,807
	BARES	4	1	-	5	436	80	-	516
T O T A L E S	RESTAURANTES	63	158	181	402	8,278	11,111	10,857	30,246
	BARES	41	8	3	52	4,474	550	205	5,229

FUENTE: DIRECCION DE DESARROLLO TURISTICO - SECRETARIA DE TURISMO DEL ESTADO.

CUADRO 3.3D

ARRENDADORA DE AUTOMOVILES	AGENCIAS DE VIAJE	AGENCIAS DE VIAJE
<p><u>MICHOACANA RENT</u> BARTOLOME DE LAS CASAS No. 565 MORELIA, MICH. TEL. 2-65-51 <u>BUDGET RENT A CAR</u> HEROES DE NUCUPETARO No. 46 MORELIA, MICH. TEL. 2-12-76 Y 2-50-19 <u>MORELIA RENT</u> MADERO PTE. No. 1818 MORELIA, MICH. TEL. 3-15-51 <u>BUDGET RENT A CAR</u> AV. LAZARO CARDENAS 2214-A MORELIA, MICH. TEL. 2-63-51 <u>AUTO-RENTA CHEVROLET, S.A.</u> AV. MADERO PTE. 1540 MORELIA, MICH. TEL. 2-14-31 <u>HERTZ</u> AV. MADERO PTE. 348 MORELIA, MICH. TEL. 2-83-03</p>	<p><u>VIAJES ACUEDUCTO</u> AV. ACUEDUCTO No. 992 MORELIA, MICH. OPERA: TURISMO COMBINADO <u>AGENCIA DE VIAJES TAMPA</u> AV. MADERO No. 317 MORELIA, MICH. OPERA: TURISMO COMBINADO <u>AGENCIA DE VIAJES TURISMO VALLADOLID</u> AV. ACUEDUCTO No. 544-I MORELIA, MICH. OPERA: TURISMO COMBINADO <u>AGENCIA DE VIAJES LOPSA, S.A.</u> SERVICENTRO LAS AMERICAS MORELIA, MICH. OPERA: TURISMO COMBINADO <u>AGENCIA DE VIAJES MARUATA</u> CENTRO DE CONVENCIONES MORELIA, MICH. OPERA: TURISMO COMBINADO <u>TURISMO JANITZIO</u> AV. VENTURA PUENTE 31 MORELIA, MICH. OPERA: TURISMO RECEPTIVO <u>CLUB ANTARES</u> AGUILERES SERDAN ESQ. VILLALONGIN MORELIA, MICH. OPERA: TURISMO RECEPTIVO</p> <p>SUB-AGENCIAS: 1</p> <p><u>WAGON LIT'S COCK</u> PORTAL MATAMOROS No. 16 MORELIA MICH. OPERA: TURISMO COMBINADO</p>	<p>URUAPAN:</p> <p><u>VIAJES TZITZI</u> INDEPENDENCIA No. 2 URUAPAN, MICH. OPERA: TURISMO COMBINADO</p> <p>ZAMORA:</p> <p><u>AGENCIA DE VIAJES VIANOVA</u> MORELOS SUR No. 148 DESP. 2 ZAMORA, MICH. OPERA: TURISMO COMBINADO <u>AGENCIA DE VIAJES SAHAGUN</u> JUAREZ OTE. No. 127 ZAMORA, MICH. OPERA: TURISMO COMBINADO</p> <p>JIQUILPAN:</p> <p><u>AGENCIA DE VIAJES DISTRITAL REGIONAL</u> 5 DE MAYO No. 14 JIQUILPAN, MICH. OPERA: TURISMO COMBINADO</p> <p>LAZARO CARDENAS</p> <p><u>AGENCIA DE VIAJES TURISMO "ATZIMPA"</u> AV. REFORMA No. 501-A LAZARO CARDENAS, MICH. OPERA: TURISMO COMBINADO</p> <p><u>FUENTE: DELEGACION ESTATAL DE TURISMO</u></p>

CUADRO 3.3E

ESCUELAS DE TURISMO:

NIVEL BASICO:

CONALEP
AV. LAZARO CARDENAS Y BATALLA DE LA ANGOSTURA
MORELIA, MICH. TEL. 2-97-32

CAPIH
AV. DE LAS CAMELINAS, IMSS
MORELIA, MICH. TEL. 4-10-98

NIVEL MEDIO:

ESCUELA MICHOACANA DE TURISMO
DIEGO JOSE ABAD # 250
MORELIA, MICH. TEL. 2-89-78

NIVEL SUPERIOR:

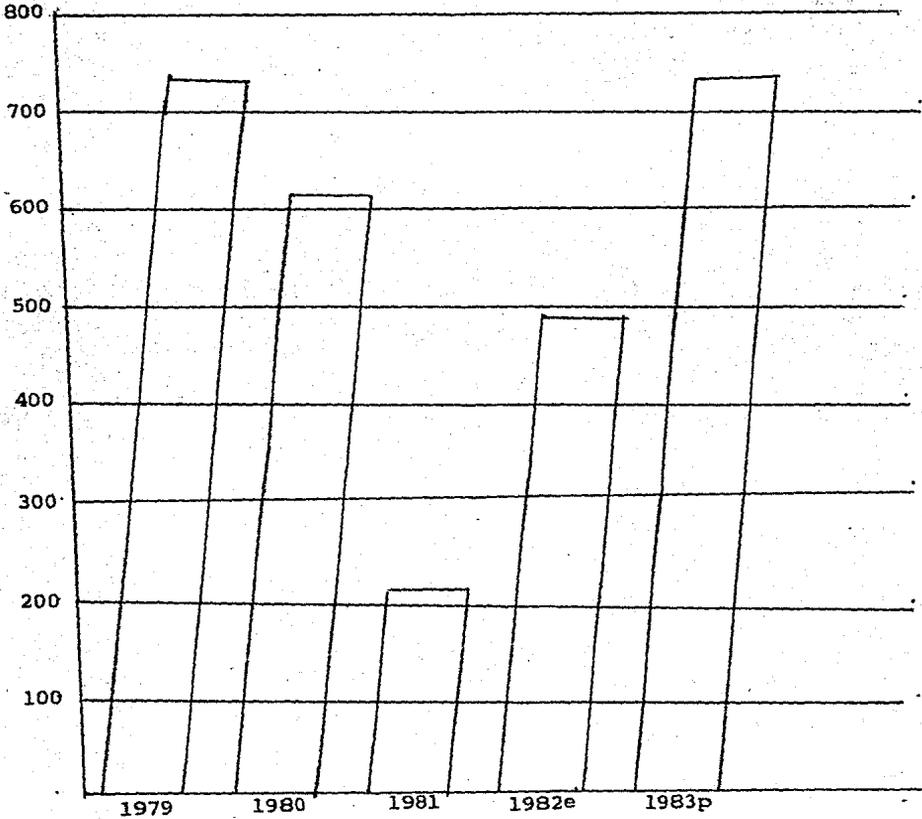
ESCUELA DE TURISMO DEL
INSTITUTO TECNOLOGICO REGIONAL
AV. TECNOLOGICO # 1500
MORELIA, MICH. TEL. 2-15-70

FUENTE: DELEGACION ESTATAL DE TURISMO

CUADRO 4.1

SALDO TURISTICO

(millones de dólares)
1979-1983



e: Estimación del Depto. de Estudios Económicos de BANAMEX.
p: Pronóstico del Depto. de Estudios Económicos de BANAMEX.

FUENTE: BANCO DE MEXICO.

CUADRO 4.1A

MOVIMIENTO TURISTICO Y BALANZA TURISTICA

AÑO	MOVIMIENTO TURISTICO			(MILES DE PERSONAS)		(MILES DE DLLS.)			(DOLARES)	
	RECEPTIVO		%	EGRESIVO		BALANZA TURISTICA			GASTO PROMEDIO TURISTICO	
	NAL.	ESTATAL		NAL.	ESTATAL	INGRESOS	EGRESOS	SALDO	RECEP.	EGRESIVO
1975	3,218	1,490	46.3	2,239	N.C.	800.1	445.8	354.3	248.6	199.1
1976	3,107	1,801	57.9	1,977	N.C.	835.6	423.1	412.5	268.9	214.0
1977	3,247	2,071	63.8	2,109	N.C.	866.5	396.0	470.5	266.8	187.7
1978	3,754	2,164	57.6	2,238	N.C.	1121.0	519.0	602.0	298.6	231.9
1979	4,135	2,066	49.9	2,755	N.C.	1443.3	713.5	729.8	349.0	258.9
1980	4,144	2,510	60.5	3,184	N.C.	1670.1	1010.9	659.2	403.0	317.5

FUENTE: ESTADISTICAS BASICAS DEL SECTOR TURISMO MEXICO 1981 BANAMEX. BCO. DE MEXICO

N.C.: NO CUANTIFICADO.

CUADRO 4.1B

EMPLEOS GENERADOS POR LA ACTIVIDAD TURISTICA

Concepto	1965		1970		1975	
	Núm. Empleos	Incremento Anual (Por Ciento)	Núm. Empleos	Incremento Anual (Por Ciento)	Núm. Empleos	Incremento Anual (Por Ciento)
Centros Recreativos	1 410	-	935	- 8.0	2 066	17.0
Servicio de Alojamiento Temporal	1 341	-	1 647	4.2	1 987	3.7
Preparación y Venta de Alimentos y Bebidas	7 822	-	9 556	4.1	10 670	2.2
Total	10 573	-	12 138	2.8	14 783	4.0

FUENTE: V, VI y VII CENSOS DE SERVICIOS Y GENERALES DE POBLACION, D.G.E., S.I.C.

B I B L I O G R A F I A

- Banamex-Bco. de México. Estadísticas Básicas del Turismo 1970-1980.
- Cárdenas Tavares, Fabio. Comercialización del Turismo. - Determinación y análisis de mercados. Edit. Trillas. México, 1981.
- Gobierno del Estado de Michoacán. Apuntes socioeconómicos 1981.
- Molina E. Sergio. Turismo y Ecología. Edit. Trillas, México 1982.
- Nacional Financiera, S.A. La Economía Mexicana en Cifras. México, 1981.
- Ortuño Martínez, Manuel. Introducción al Estudio del Turismo. Textos Universitarios, S.A., 2a. Edición, México-1976.
- Periódico Uno más Uno. Fuente informativa (recortes).
- Revista Guía. El Rumbo es Michoacán, 1981.
- Revista Comercio Exterior.
- S.P.P. Características del Sector Servicios en México, - México, 1980.
- Torre Padilla, Oscar de la. El Turismo Fenómeno Social. - Edit. Fondo de Cultura Económica, México 1980.
- Varios autores. El Perfil de México, 1980. Vol. 2, 9a. -

Edición. Siglo XXI Editorial, México, 1980.

- S.P.P. Anuario Estadístico, México 1981.
- S.P.P. Manual estadísticas básicas del Edo. de Michoacán, México 1980.
- S.P.P. P.N.T. Plan Nacional Turístico.