



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

DE No 194

**" EL TURISMO SOCIAL Y SUS PERSPECTIVAS
EN EL ESTADO DE TABASCO "**

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

P R E S E N T A :

CARMEN REYNES MANZUR

DIRECTOR DEL SEMINARIO: LIC. SERGIO E. CONTRERAS PEREZ

ABRIL DE 1962



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.

INDICE

INTRODUCCION	1
CAPITULO I	
EL FENOMENO DEL TURISMO	4
1.1. Definición de Turismo	4
1.2. Aspectos Relacionados con el Turismo	4
1.2.1. Aspecto Jurídico	4
1.2.2. Aspecto Económico	18
1.2.3. Aspecto Sociológico	22
1.2.4. Aspecto Técnico	27
CAPITULO II	
CARACTERISTICAS DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL ESTADO DE TABASCO	38
11.1. Características Generales del Estado de Tabasco	38
11.1.1. Origen del Nombre	38
11.1.2. Breve historia Sobre el Edo. de Tabasco	38
11.1.3. El Escudo de Tabasco	43
11.1.4. Características Físicas del Edo. de Tabasco	44
11.1.5. Marco Económico del Estado de Tabasco	51
11.1.6. Atractivos Turísticos	53
11.1.6.1. Inventario de Recursos Turísticos del Estado de Tabasco	55
11.1.6.2. Monumentos Artísticos e Históricos	77
11.1.6.3. Folklore	79
11.1.6.4. Ferias Regionales	82
11.1.6.5. Baile Regional	83
11.1.6.6. Trajes Típicos	84
11.1.6.7. Platillos y Bebidas Típicas	85
11.2. Equipamiento Turístico	87
11.2.1. Oferta Hotelera	87
11.2.2. Capacidad Extra-Hotelera	91
11.2.3. Servicios Complementarios	92
11.2.4. Infraestructura Disponible	96
11.2.4.1 Comunicaciones	96
11.2.4.2 Asentamientos Humanos	100
11.2.4.3. Agua potable	102
11.2.4.4. Electrificación	103
11.3. Situación Actual de la Actividad Turística	104
11.3.1. Comportamiento de la Demanda	105
11.3.2. Origen y Destino de la Demanda	108
11.3.3. Medios de Arribo	110
11.3.4. Estancia Promedio	112
11.3.5. Gasto Promedio	113
11.3.6. Empleos Generados por la Act. Turística	114
11.3.7. Afluencia Turística	115

CAPITULO III	
TURISMO SOCIAL	118
III.1. Marco Evolutivo del Turismo Social	118
III.1.1. Antecedentes en el Mundo	118
III.1.2. Antecedentes en México	122
III.2. Marco Jurídico del Turismo Social	125
III.3. Concepto de Turismo Social	126
III.4. Características del Turismo Social	127
III.5. Objetivos del Turismo Social	128
III.6. Sujetos del Turismo Social	129
III.7. Beneficios del Turismo Social	129
III.8. Patrimonio Turístico Social	134
III.9. Servicios Característicos para Turismo Social	134
III.10. Organismos Promotores del Turismo Social	138
III.11. Epocas en que puede hacerse Turismo Social	138
III.12. Promoción del Turismo Social	140
CAPITULO IV	
PROPOSICION DEL ESTABLECIMIENTO DE UN CENTRO RECREATIVO TURISTICO EN EL ESTADO DE TABASCO	142
IV.1. Justificación de la Construcción, Implementación y Operación del Centro Recreativo Turístico	143
IV.1.1. Consideraciones	140
IV.2. Objetivos Generales del Centro Recreativo	153
IV.3. Políticas Generales del Centro Recreativo	154
IV.4. Desarrollo del Proyecto	155
IV.4.1. Dimensiones	
IV.4.2. Presupuesto de Inversión	165
IV.4.3. Conclusiones del Análisis Económico-Financiero del Centro Recreativo Turístico	166
IV.4.4. Proyecto de Ingresos	168
IV.4.5. Proyección de Egresos	172
IV.5. Operación del Centro Recreativo Turístico	174
IV.6. Anexos de la Elaboración del Proyecto	194
Conclusiones	205
Citas Bibliográficas	208

INTRODUCCION

En la actualidad, la actividad turística, se define como estratégica para el desarrollo socio-económico del país, gracias a su dinamismo, a su capacidad para promover los diversos sectores de la economía, - con beneficios que se proyectan a todas las clases sociales y, por utilizar recursos renovables e ilimitados.

El Turismo genera empleos y atrae inversiones, es una actividad de primera magnitud para la captación de divisas y puede constituirse en apoyo para un desarrollo regional y social más equilibrado.

Una nueva modalidad turística, la constituye el Turismo Social, en su búsqueda por integrar a las corrientes turísticas nacionales, a el gran número de personas que perciben bajos ingresos y que, debido a los problemas económicos que afectan a la mayoría de los países en el mundo, se han visto marginados de los bienes naturales y culturales de que tienen derecho a disfrutar, como habitantes o visitantes de un país.

El Turismo Social pretende promover la realización de acciones tendientes a motivar a los inversionistas, a la construcción y operación de establecimientos que, a base de tarifas reducidas, proporcionen los -- medios de recreación y esparcimiento requeridos por la sociedad, para ejercer el Derecho al Descanso, a través de la participación en la actividad turística.

El Estado de Tabasco, cuenta con un gran número de recursos turísticos naturales y culturales, así como de la infraestructura básica - que permite su acceso y visita. Aunque estos recursos no han sido utilizados aún como integrantes de programas y planes que tengan como fin aprovecharlos eficientemente, a través de la práctica del Turismo Social, --

estos constituyen el patrimonio real y potencial para dicho efecto.

Con el establecimiento de un Centro Recreativo Turfstico, ubicado en el Estado de Tabasco, se pretende proporcionar a los habitantes de la región y a los visitantes a la misma, un sitio que contenga una diversificación de servicios turfsticos que permitan realizar la utilización adecuada del Tiempo Libre de las clases trabajadoras, estudiantes y, en general de aquellos segmentos que interesan al Turismo Social.

El Centro Recreativo, contará con servicios de alojamiento y alimentación, complementado con instalaciones deportivas, recreacionales, para eventos culturales y sociales que, a través de una operación eficiente, otorguen a sus usuarios, medios de descanso, esparcimiento y recreación, durante las diferentes épocas vacacionales y períodos de descanso.

CAPITULO I

EL FENOMENO DEL TURISMO

CAPITULO I

EL FENOMENO DEL TURISMO

1.1. DEFINICION DE TURISMO.

" 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 y salud, se trasladan de un lugar de residencia habitual, a otro en el que no ejercen alguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de suma importancia económica y cultural". (9)

1.2. ASPECTOS RELACIONADOS CON EL TURISMO.

Analizando la definición anterior, podemos hablar de cuatro aspectos fundamentales que están implícitos en cualquier actividad que deba realizarse durante la práctica del Turismo.

Estos aspectos son:

- 1) Aspecto Jurídico
- 2) Aspecto Económico
- 3) Aspecto Social
- 4) Aspecto Técnico

1.2.1. ASPECTO JURIDICO.-

Debido a la variedad de los elementos que comprenden la actividad turística y, que son interdependientes con otras actividades, el Turismo está influido no sólo por medidas de política turística, sino -

por los principios de reglamentación jurídica del Estado.

" La política turística es producto de la política general de un Estado y, estará siempre supeditada a razones de orden público", (9) - así, la participación del Estado hacia el Turismo, será decisiva, ya - que de él dependerá su fomento, restricción o su extinción.

Los movimientos provocados por la actividad turística han creado consecuencias económicas y sociales que afectan a diversas ramas de la Administración Pública que han obligado al Estado a tomar parte activa, con el fin de regular, coordinar, promover y reglamentar la actividad - turística.

" La intervención del Estado, para el desarrollo de la actividad - turística, se puede resumir en los siguientes puntos:

- a) Fomento, publicidad y atracción turísticas
- b) Protección, tanto de la industria como de los turistas
- c) La recaudación de impuestos
- d) Eliminación de obstáculos al tráfico turístico
- e) La expansión turística nacional
- f) Popularización y democratización del Turismo". (22)

De estas participaciones, se llega a la conclusión de que, es necesario desarrollar una política o legislación de Turismo, que regule - esta actividad, ya que al estudiarlo junto con sus actividades, es posible determinar que se trata de actos jurídicos atípicos ya considerados y regidos por disposiciones legislativas de carácter federal.

Una política de Turismo, implica el conjunto de normas, pretensiones y fines que el Estado se propone realizar en un aspecto determinado.

La legislación turística mexicana tuvo su nacimiento en base a diversos fundamentos emanados de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la cuál fué publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 5 de febrero de 1917, entrando en vigor el 1o. de mayo del mismo año.

En principio, el primer artículo que otorga todas las garantías que proporciona la Constitución, dice a la letra:

" En los Estados Unidos Mexicanos, todo individuo gozará de las garantías que otorga esta Constitución, las cuáles no podrán restringirse ni suspenderse, sino en los casos y con las condiciones que ella misma establece".

En el artículo 5o. Constitucional se establece que:

"A ninguna persona podrá impedírsele que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos" y, que nadie podrá ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial.

Otro artículo que es aplicable al Turismo, es el artículo 11, que se refiere a: " Que todo hombre tiene derecho para entrar en la República, salir de ella, viajar por su territorio y mudar su residencia, sin necesidad de carta de seguridad, pasaporte, salvoconducto y otros requisitos semejantes", con las limitaciones judiciales, administrativas y legales.

El artículo 33, establece que: "Son extranjeros los que no posean las calidades determinadas en el artículo 30 (" La nacionalidad mexicana se adquiere por nacimiento o por naturalización") y, que tienen derecho a las garantías que otorga el Capítulo I, Título Primero de la -

Constitución, aunque el Ejecutivo de la Unión, tendrá la facultad exclusiva de hacer abandonar el territorio nacional a todo extranjero cuya permanencia juzgue inconveniente". (7)

Asimismo, el artículo 73, Fracción XVI, otorga la facultad al H. Congreso de la Unión, para legislar sobre nacionalidad, condición jurídica de los extranjeros, ciudadanía, naturalización, colonización y emigración. La Fracción XVI otorga facultad al H. Congreso de la Unión, para legislar sobre vías generales de comunicación. La Fracción X, sobre la facultad del mismo Congreso para legislar en materia de Comercio.

Del mismo artículo, la Fracción XVII, otorga facultad al Congreso, para legislar en materia de Educación y Difusión Cultural.

La Fracción XXX, para expedir las leyes necesarias para hacer efectivas las facultades que consignan dicho precepto y todas las otras concedidas por la Constitución a los Poderes de la Unión.

Con el fin de facilitar los trámites y movimientos necesarios para practicar la actividad turfstica, existe otro artículo en el cuál se ha apoyado la Legislación Turfstica y es aplicable a nivel Federal: el artículo 117, que establece:

" Los Estados no pueden en ningún caso:

FRACCION IV.- Gravar el tránsito de personas o cosas que atraviesan su territorio;

FRACCION V.- Prohibir ni gravar directa ni indirectamente la entrada de su territorio, ni la salida de él, a ninguna mercancía nacional o extranjera;

FRACCION VI.- Gravar la circulación ni el consumo de efectos nacionales o extranjeros, con impuestos o derechos cuya exac--

ción se efectúe por aduanas locales, requiera inspección o registro de bultos o exija documentación que acompañe la mercancía".

Otro fundamento importante que da origen a nuestra Legislación Turística es el artículo 123 Constitucional, en sus fracciones:

FRACCION IV.- Por cada 6 días de trabajo, deberá disfrutar el operario de un día de descanso, cuando menos.

FRACCION XXI, Inciso B.- Entre los Poderes de la Unión, el Gobierno del Distrito Federal y sus Trabajadores;

III.- Los trabajadores gozarán de vacaciones que nunca serán menores de veinte días al año, con goce de sueldo.

Si recordamos que el Turismo "comprende el conjunto de actividades que se originan por quienes, por propia voluntad viajan o se proponen viajar, preponderantemente con propósitos de recreación, salud, ⁽³¹⁾ descanso, cultura o cualquier otro similar", encontramos varias actividades necesarias para su realización, las cuáles requieren ser reglamentadas para su ejecución y desarrollo de manera adecuada, que permita a las diversas ramas de la Administración Pública obtener los beneficios correspondientes a su participación.

Las principales actividades del Turismo que el Estado regula son:

1.- En el aspecto social, se comprenden las medidas que reglamentan y tratan de mejorar las condiciones de vida de un pueblo en general.

Se refieren a:

- a) Reglamentación de las jornadas laborales
- b) Fijación de salarios justos

- c) Seguros por enfermedad
- d) Protección y reposo de la mano de obra
- e) Vacaciones pagadas

2.- El aspecto fiscal, que se refiere a las tributaciones que el Estado exige al turista o viajero, a los prestadores de servicios turísticos y a los inversionistas.

El viajero se ve afectado por medidas un tanto restrictivas como son: los derechos fiscales y migratorios. Con el fin de incrementar la inversión para la creación y ampliación de servicios turísticos, existen medidas fiscales que funcionan como estímulos para motivar a la inversión y ampliación de establecimientos de tipo turístico, a través de exenciones de impuestos a determinado plazo y en zonas de desarrollo turístico, franquicias de importación de equipo para la prestación de servicios turísticos, etc.

3.- En relación al aspecto educacional, es ya sabido que existe una gran necesidad de contar con el elemento humano que se dedique a satisfacer las necesidades de administración, operación, supervisión y prestación de servicios turísticos, así como el personal técnico altamente capacitado. El Estado promueve y apoya el establecimiento de centros y programas educativos, reglamentando la formación y el ejercicio profesional. Además, todas las empresas, independientemente de su actividad, están obligadas a proporcionar a sus trabajadores, capacitación o adiestramiento en el trabajo, siendo el Estado, quién reglamenta y determina los sistemas, métodos y procedimientos para cumplir con esta obligación.

4.- Para lograr los desplazamientos de los turistas a los diversos lugares de su interés, se requiere de los transportes y las vías de comunicación. El Estado regula y facilita la transportación de viajeros a nivel nacional, estableciendo las disposiciones para facilitar la transportación dentro del territorio, incluyendo la política de tarifas de transportes y, a nivel internacional, la política está integrada por los ordenamientos intergubernamentales relativos a la regulación, coordinación y desarrollo del transporte internacional.

Es obligación del Estado, intervenir también en la construcción de infraestructuras requeridas por los diferentes medios de transporte.

- Para los transportes terrestres: Carreteras, brechas, caminos y vías férreas.
- Para los transportes aéreos: Aeropuertos, aeropistas, aeródromos y pistas de aterrizaje.
- Para los transportes marítimos: Puertos, marinas, diques, muelles, etc.

5.- Cada Estado decide las condiciones necesarias para que sus nacionales viajen al extranjero y para que los extranjeros se internen en su territorio.

Las formalidades migratorias, son aquellas medidas, reglamentos y obligaciones que los turistas nacionales y extranjeros requieren para realizar sus desplazamientos, dentro o hacia otro país.

Se refieren a:

Pasaporte. Es un documento expedido por las autoridades de un Estado, el cual acredita la identidad y nacionalidad del titular y lo autoriza

a viajar a los países en él determinados.

Visado. Es la autorización que otorga un Estado a un extranjero, -- para entrar en su territorio y permanecer en él, durante un tiempo -- determinado.

Aduanas. Es la institución que tiene a su cargo la percepción de los derechos de importación y exportación de mercancías y la ejecución y reglamentos referentes a la política fiscal que se realiza en las -- fronteras.

Control de Divisas. Se refiere a las entradas de moneda extranjera y salidas de moneda nacional, debido a su importante repercusión en la Balanza de Pagos de un país. El Estado establece restricciones para el ingreso de divisas extranjeras, así como para el egreso de la -- moneda nacional, con el fin de proteger la economía nacional, determinando límites mínimos para extranjeros y límites máximos para los nacionales.

Requisitos Sanitarios. Para proteger la salud de sus nacionales, con el fin de evitar el contagio de enfermedades epidémicas, el Estado ha fijado reglamentos sanitarios que se refieren principalmente a: vacunación obligatoria contra ciertas enfermedades, debiendo portar un -- certificado internacional de vacunación, expedido por las autoridades sanitarias nacionales.

En México, la Legislación Turística ha sufrido diversos cambios con respecto a la regulación y organización administrativa de la actividad turística, la cuál ha estado a cargo de diversas dependencias, desde el momento en que se empezó a regular dicha actividad.

A continuación se enumeran los organismos que se han ocupado del Turismo:

<u>ORGANISMO</u>	<u>AÑO</u>	<u>DEPENDENCIA</u>
1) Comisión Mixta Pro-Turismo	1929	Srfa. de Gobernación
2) Comisión Nacional de Turismo	1930	Srfa. de Gobernación
3) Oficina de Turismo	1933	Srfa. de Gobernación
4) Comisión Nacional de Turismo	1935	Srfa. de Gobernación
5) Departamento de Turismo	1937	Srfa. de Gobernación (Dirección General de Población)
6) Consejo Nacional de Turismo	1939	Srfa. de Gobernación
7) Comisión Nacional de Turismo	1947	Srfa. de Gobernación
8) Dirección General de Turismo (Consejo Nal. de Turismo)	1949	Srfa. de Gobernación
9) FONATUR (Fondo Nacional de - Fomento al Turismo)	1956	Nacional
10) Departamento de Turismo	1958-59	Autónomo
11) Secretaría de Turismo	1974	Autónomo
12) Secretaría de Turismo	1977	Autónomo
13) Secretaría de Turismo	1980	Autónomo

Asimismo, ha sufrido numerosos cambios en cuanto a las Leyes y Reglamentos que regulan las actividades del Sector Turismo.

Hasta 1974, el país contaba con su primera Ley de Fomento al Turismo, promulgada el 7 de enero del mismo año y publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 28 de enero de ese año.

Sin embargo, con el fin de asegurar una mayor coordinación de la actividad turística, la mejora y control de los servicios turísticos básicos, la regulación de nuevas formas y modalidades de recreación que han favorecido al desarrollo turístico, ha surgido la

necesidad de la creación de una nueva Ley Federal de Turismo, que comprenda los lineamientos básicos de diversas materias y consolide los nuevos elementos que necesitan de una articulación correcta para su operación.

La nueva Ley Federal de Turismo, fué publicada en el Diario Oficial de la Federación, el día 15 de enero de 1980.

Dicha Ley, tiene por objeto, en términos generales:

- 1) La planeación y programación de la actividad turística,
- 2) La promoción de la demanda interior y exterior, así como el fomento y desarrollo de la oferta en materia turística,
- 3) La creación, conservación, mejoramiento, protección y aprovechamiento de los recursos turísticos de la Nación,
- 4) La regulación y control de los servicios turísticos principales y conexos y,
- 5) En general, el desarrollo de toda clase de actividades que tiendan a favorecer y acrecentar las corrientes turísticas nacionales y del exterior.

Contiene los siguientes conceptos:

- TITULO I : DE LAS DISPOSICIONES GENERALES**
CAPITULO I: Disposiciones Generales
CAPITULO II: De la Competencia
- TITULO II : PLANIFICACION Y PROGRAMACION DEL TURISMO**
CAPITULO I: Sistema Nacional de Planificación Turística
CAPITULO II: Zonas de Interés y Desarrollo Turístico
- TITULO III : DE LA PROMOCION DE LA DEMANDA**
CAPITULO UNICO.

- TITULO IV : DEL FOMENTO Y DESARROLLO DE LA OFERTA**
CAPITULO I: De la Oferta
CAPITULO II: Del Fondo Nacional del Fomento al Turismo
- TITULO V : DE LOS ORGANISMOS ESPECIALES**
CAPITULO I: De la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo
CAPITULO II: De los Consejos de Fomento Turístico
- TITULO VI : DE LA REGULACION Y OPERACION DE LOS SERVICIOS TURISTICOS**
CAPITULO I: De los prestadores de Servicios Turísticos
CAPITULO II: Del Registro Nacional de Turismo
CAPITULO III: Sistema Nacional de Reservasiones
- TITULO VII : DEL TURISMO SOCIAL**
CAPITULO UNICO
- TITULO VIII : DE LAS INFRACCIONES, SANCIONES Y DEL RECURSO DE REVISION**
CAPITULO UNICO

En razón de la organización administrativa nacional y, en razón de que la realidad turística es sumamente compleja y se interfiere con otros múltiples aspectos de la realidad socio-económica mexicana, - la organización jurídica del Turismo se apoya también en otros dos cuerpos legislativos de vital importancia:

- 1) La Legislación Migratoria (Ley General de Población)
- 2) La Legislación Aduanera

La Ley General de Población en sus últimas reformas hechas - con la intención de facilitar el movimiento turístico, señala 5 tipos diferentes de los cuáles pueden ajustarse las necesidades requeridas por el viaje turístico:

1.- La categoría turística general, que encuadra las necesidades del viajero que se desplaza por las más variadas motivaciones de recreación, salud, paseo, deporte, etc.

Por lo que a ella respecta, se han procurado simplificar al -- máximo los requisitos que los turistas deben llenar otorgando un -- sinnúmero de facilidades para la obtención de su documento migratorio (F.M.T.). Se concede una temporalidad de 6 meses a esta visa y una misma visa puede servir para la realización de varios viajes sucesivamente durante su vigencia (F.M.14.).

2.- La categoría de visitante, se otorga a extranjeros cuyas motivaciones son diferentes a las comprendidas en la categoría anterior, -- tales como: la realización de trabajos temporales, de operaciones mercantiles, de negocios en general, de investigación científica, artísticas o deportivas. A ello se debe que la temporalidad -- concedida a esta categoría, si bien originalmente es de 6 meses, puede ser prorrogable por un período igual, a simple petición del

viajero y, en casos excepcionales, hasta por 2 periodos iguales.

Esta categoría también participa en un sinnúmero de facilidades para su concesión (F.M.3.).

- 3.- La categoría del que pudiera ser llamado "turista estudiantil", - dentro de la cuál quedan comprendidas todas aquellas personas que por motivo de estudio, desean realizar un viaje al país.

La duración de la estancia para esta categoría, no tiene - límite de tiempo fijo, toda vez que se concede una temporalidad - igual a la duración de los estudios que se pretenden realizar --- (F.M.9.).

- 4.- La categoría de transmigrante, que satisface las necesidades del - viajero que por razones múltiples, tiene la necesidad de permanecer en el país, un tiempo máximo de 30 días. Esta calidad es concedida con suma facilidad (F.M.6.).

- 5.- La categoría de "visitante fronterizo", que comprende a aquellas - personas que desean permanecer en el país, solamente un escasísimo lapso de tiempo, fundamentalmente en ciudades fronterizas. La - temporalidad máxima de este permiso de internación es de 72 hrs.

Las facilidades para su obtención son máximas.

En los últimos años y, a raíz de la existencia de determinadas prestaciones sociales otorgadas por la llamada seguridad social, se ha perfilado un nuevo tipo de "viajero" que por las características que presenta, puede quedar incluido por analogía dentro del fenómeno turístico. Se hace referencia a los llamados "pensionados" o "retirados", que se trasladan al país con el deseo de radicar una temporada larga, que muchas veces puede llegar a ser definitiva.

También en este caso, nuestra legislación ha previsto el señalamiento de categorías especiales (inmigrantes rentistas), que permiten

su obtención con cierta facilidad (F.M.2.).

LEGISLACION ADUANERA.- Las disposiciones en materia de revisión de equipajes, han sido simplificadas al máximo, para los viajeros que tienen las categorías turísticas antes mencionadas.

1.2.2. ASPECTO ECONOMICO

El Turismo, por la organización que supone, es una empresa - que busca prestar servicios y proporcionar satisfactores.

Según Troisi, "presenta la estructura de un mercado, constituido por un conjunto de bienes y servicios, por una oferta y una demanda y, en él se da lugar a una confrontación de fuerzas y de intereses, que son los que regulan su operación. El turista, es un consumidor más que viene a sostener y a hacer posible el desarrollo de nuestro sistema económico". (22)

Las corrientes turísticas nacionales e internacionales, producen una demanda de bienes y servicios que pueden observarse en los incrementos de la producción y en algunos cambios de la estructura económica y comercial de un país, debido a la necesidad de satisfacción de dicha demanda.

Así, se producen numerosos e importantes efectos económicos, como son:

A) EFECTOS DEL GASTO TURISTICO EN EL PRODUCTO INTERNO.-

El gasto que efectúan los visitantes, genera un flujo de dinero dentro de la localidad, el cuál se presenta de dos formas diferentes:

Si el Turismo es internacional, el gasto propicia la afluencia de circulante extranjero, esto es, de divisas, y si es Nacional, - representa una transferencia de riqueza dentro de los límites del país.

El dinero gastado inicialmente en una localidad turística, - genera beneficios a la población, al convertirse en ingresos para los hoteleros, comerciantes, agentes de viajes, etc., que es vuelto a poner

en circulación por estos mismos.

Aún cuando no todo el dinero genera beneficio a residentes - del área, ya que se deben reponer los inventarios, además del pago de - impuestos estatales y federales y el pago a proveedores fuera del área; algo de dinero queda en la región y, es éste el que se paga en forma - de sueldos y salarios a los empleados locales, el que se utiliza para - comprar bienes a comerciantes locales y mayoristas, así como el que sigue para cubrir los impuestos al Gobierno local.

En los últimos cinco años, el producto turístico ha representado alrededor del 5% del producto interno bruto y, se espera que a través de las metas del Plan Nacional de Turismo (1980), se alcance el -- 6.4% para 1982 y el 6.9% para 1985. ⁽³²⁾

B) EFECTOS EN LA DEMANDA DE IMPORTACIONES.-

"La producción de bienes y servicios en una economía, requiere además de los insumos y factores nacionales, de insumos provenientes del exterior: Las importaciones.

La satisfacción de la demanda de los turistas y la inversión turística, demandan una proporción de importaciones, la cual debe procurarse que permita que la mayor parte de los efectos del gasto de los turistas y de la inversión, queden en el país". ⁽³²⁾

Se ha estimado que, para atender la demanda turística, se requiere de un bajo porcentaje de importaciones, lo que permite que la mayor parte de los efectos del gasto de los turistas y la inversión, queden en el país y, que los insumos demandados para atender dicho gasto e inversión, son producidos en el país.

C) EFECTOS EN LA BALANZA DE PAGOS.-

Con el fin de allegarse recursos que permitan satisfacer las necesidades que impone el crecimiento económico, se efectúan intercambios de mercancías y servicios de un país con otros países.

Estas transacciones con el exterior se registran en un instrumento contable denominado Balanza de Pagos, donde se anota el valor monetario de las entradas y salidas de bienes y capitales, representadas en las cuentas corrientes y de capitales.

La cuenta corriente la integran a su vez, la Balanza Comercial y la Balanza de Servicios. Esta última, comprende a las llamadas exportaciones e importaciones invisibles, o sea, aquellos intercambios intangibles de servicios, donde destacan los conceptos de Turismo al Interior y Fronterizo.

Los gastos de los turistas residentes en el exterior, constituyen además de un elemento del producto turístico, uno de los renglones más importantes en las exportaciones de bienes y servicios de un país.

Se cuantifica la Balanza Turística para medir este efecto, restando de las divisas que se obtienen por el Turismo Receptivo, los egresos que significa el gasto que los residentes en el país realizan en el exterior y, las importaciones necesarias para atender el gasto de los turistas.

La aportación neta de las divisas por el Turismo, ha representado hasta 1978, casi la cuarta parte del total de bienes y servicios y, ha financiado entre el 60% y el 100% del déficit de la cuenta corriente en la Balanza de Pagos.

D) EFECTO MULTIPLICADOR DEL GASTO TURISTICO.-

La realización de inversiones en la infraestructura turística se traduce, en primera instancia, en la adquisición de materiales, así como en pagos al personal necesario para la realización de estas obras, lo que constituye el llamado Efecto Primario.

A su vez, esta inversión provoca otros efectos Secundarios que son de dos clases:

- 1) Los producidos por el pago a los factores de la Producción o Efectos Inducidos y,
- 2) Los pagos a las empresas locales o Efectos Indirectos.

La suma de la Inversión Inicial o Efecto Primario, con el monto de los Efectos Secundarios, dividida entre el monto de los Efectos -- Primarios, define el "Multiplicador Regional", que mide la magnitud del aumento del ingreso que se produce por cada incremento en la inversión.

El efecto multiplicador del Turismo Receptivo de Internación, en un año, es de 3.953; el del Turismo Receptivo Fronterizo es de 3.954; y el de la inversión es de 3.864. Lo que significa que, cada peso gastado por un turista residente en el exterior o, cada peso invertido en Turismo, incrementa en casi 4 pesos el Producto Interno Bruto.*

* Fuente: PLAN NACIONAL DE TURISMO (1980).

1.2.3. ASPECTO SOCIOLOGICO

"El Tiempo Libre, es aquella porción de vida humana que se sitúa al margen del trabajo"⁽²²⁾ y que da lugar al descanso, al recreo, a la distracción, a las actividades artísticas, sociales, a las vacaciones, a los viajes y, finalmente al Turismo.

Las vacaciones son producto de los logros obtenidos por las clases trabajadoras y, representan la regulación legal de parte de ese tiempo libre. Aunque la práctica del Turismo, no se haya dado como consecuencia de dichos logros, actualmente es una de las posibilidades para realizar las vacaciones.

Recientemente, el Turismo se considera "como uno de los elementos más importantes en la integración y difusión de una cultura universalizada, debido a que permite el intercambio de costumbres y tradiciones que representan motivos para practicarlo".⁽⁹⁾

El Turismo, provoca beneficios socio-culturales que, contribuyen a aumentar la integración nacional, conducen a un reencuentro con nuestros valores culturales, facilitan la comprensión de las formas de vida y tradiciones de otros núcleos de población y ofrecen a los visitantes extranjeros, una visión de la vida de un país.

Otro de los efectos más relevantes de este fenómeno social, es la generación de empleos. Actividad que, además de estar considerada como otro de los renglones del Turismo, interviene indirectamente en muchas otras actividades económicas relacionadas con él, colaborando para reducir uno de los graves problemas que actualmente afectan a la mayoría de los países en el mundo: el Desempleo.

El Turismo, proporciona oportunidades de trabajo para niveles que requieren alta capacitación técnica y para niveles medios y primarios que, generalmente no implican altos requerimientos técnicos.

El sujeto del Turismo, es siempre el Hombre. No importa si se le considera aislado o en grupo, sus necesidades y deseos originan las múltiples actividades que caracterizan al proceso turístico.

El primero en estudiar los motivos que impulsan al hombre a viajar, fué Krapf, quién los agrupó de la siguiente manera:

- a) Viajes con fines de reposo o de curación
- b) Viajes para conocer otros países, otras civilizaciones, otros pueblos, otras culturas
- c) Viajes a regiones con paisajes de bellezas singulares
- d) Viajes a centros de devoción religiosa y,
- e) Viajes a lugares de manifestaciones políticas. (9)

Con el fin de planear y desarrollar la actividad turística, es necesario determinar el tipo de turismo que realiza el sujeto del Turismo. Así, el Turismo se clasifica según sus diversas acepciones en:

1) SEGUN EL PAIS DE ORIGEN:

- a) Turismo de residentes en el país
- b) Turismo de residentes en el exterior

2) DE ACUERDO AL LUGAR DE DESTINO EN EL TERRITORIO NACIONAL:

El Turismo de los residentes en el exterior se clasifica:

- a) Turismo receptivo de Internación
- b) Turismo receptivo fronterizo

3) ATENDIENDO AL DESTINO DE LOS VIAJES:

El Turismo de los residentes en el país se clasifica en:

- a) Turismo Interno (que incluye todos los viajes dentro del territorio nacional)
- b) Turismo egresivo fronterizo (incluye todos los viajes de los residentes en el país a la zona fronteriza de los países límites)
- c) Turismo egresivo (incluye los viajes de los residentes en el país, al extranjero)

4) ATENDIENDO A LA DURACION DEL VIAJE:

- a) Viajes de excursión (incluyen los viajes que no suponen pernoctar fuera del lugar de residencia)
- b) Viajes cortos (los viajes que suponen de una a tres pernoctas fuera del lugar de residencia)
- c) Viajes largos (los viajes que incluyen cuatro o más pernoctas)

5) SEGUN EL NIVEL DE INGRESOS DEL VIAJERO:

- a) Turismo convencional.- El que realizan las personas de ingresos medios y altos
- b) Turismo social.- El que realizan las personas de menores ingresos.

6) DE ACUERDO AL CARACTER DE LOS SERVICIOS UTILIZADOS:

- a) Mercantil.- El que utiliza servicios prestados con fines de lucro.
- b) No Mercantil.- Cuando se utilizan servicios que no implican motivos de lucro.

7) ATENDIENDO A SU FORMA DE ORGANIZACION:

- a) No Organizado.- Cuando los viajes se hacen en forma individual e independiente.
- b) Organizado.- El que se apoya en una organización para la realización de viajes en grupo.

8) CONSIDERANDO EL MOTIVO DEL VIAJE:

- a) Turismo de descanso y recreación
- b) Turismo de compras y servicios
- c) Turismo de convenciones
- d) Turismo para otros propósitos, como: motivos de salud, religiosos, deportivos, de estudio, científicos, etc.

9) SEGUN EL MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO:

- a) Aéreo
- b) Terrestre
- c) Marítimo

Sin embargo, estas clasificaciones pueden conformar otros tipos de Turismo, cuando se realizan simultáneamente.

Asimismo, es necesario conocer las condiciones generales del mercado que se desea promover, para utilizar las mejores motivaciones - que despierten el interés necesario para provocar los desplazamientos - deseados, a los diferentes lugares considerados como patrimonio turístico de un país.

En el proceso de formación del deseo de viajar, interviene la "idea" que se tiene del lugar que va a visitarse, la cual se forma previamente, a través de los diferentes medios de publicidad.

Los esfuerzos dirigidos para formar esta "idea", deberán corresponder a los atractivos y servicios que se ofrecen en determinada región o lugar que se desea explotar.

Resulta claro que el Turismo participa en todas las ramas de la economía, por lo que está considerado como una actividad de enorme importancia para la vida social, debido a que constituye una alternativa para que las personas usen adecuadamente su tiempo libre y obtengan los beneficios que de su realización se produzcan.

1.2.4. ASPECTO TECNICO

Se comprenden en esta sección, a todos los elementos que se refieren al Turismo, como una actividad que tiene sus propias reglas y leyes. En términos generales son: el oficio, la capacidad profesional, los servicios turísticos organizados en sí mismos según su naturaleza.

El patrimonio turístico, está formado por todos los elementos que pueden ser aprovechados y que tienen la capacidad de provocar desplazamientos turísticos y de determinar la producción de servicios.

Estos elementos a su vez, constituyen la oferta primordial de una Nación. Explotar racionalmente dicho patrimonio, implica hacer uso adecuado de los recursos existentes.

Para lograrlo se requieren tres factores básicos:

- A) **FACTOR HUMANO PROFESIONAL.-** Está constituido por los profesionales y técnicos del Turismo, que se encargan de realizar las tareas y funciones de: Investigación, evaluación, jerarquización y planificación de los recursos turísticos.
- B) **FACTOR ECONOMICO.-** Está formado por los recursos económicos necesarios para el financiamiento de los proyectos, planes y programas que han sido elaborados por los técnicos y profesionales que constituyen el Factor Humano.
- C) **FACTOR LEGAL.-** Son los ordenamientos legales y políticos requeridos para constituir el marco jurídico fundamental que apoye el desarrollo turístico.

La Secretaría de Turismo, a través de su Plan Nacional de -- Turismo (1980), ha realizado una clasificación de los elementos susceptibles de ser considerados como recursos turísticos:

- 1) SITIOS NATURALES:
 - Montañas
 - Planicies
 - Costas
 - Lagos, lagunas, esteros y cenotes
 - Ríos
 - Caídas de agua
 - Grutas y cavernas
 - Lugares de observación, flora y fauna
 - Lugares de caza y pesca
 - Termas
 - Parques nacionales y reservas de flora y fauna
 - Manantiales

- 2) MANIFESTACIONES CULTURALES:
 - Museos
 - Obras de arte y técnica
 - Lugares históricos
 - Ruinas y lugares arqueológicos

- 3) FOLKLORE:
 - Manifestaciones religiosas y creencias populares
 - Ferias y mercados
 - Música y danza
 - Artesanías y arte
 - Comidas y bebidas típicas
 - Grupos étnicos
 - Arquitectura popular espontánea

- 4) REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS O ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS:
 - Explotaciones mineras
 - Explotaciones agropecuarias y pesqueras
 - Explotaciones industriales
 - Obras de arte y técnica
 - Centros científicos y técnicos

**5) ACONTECIMIENTOS
PROGRAMADOS:**

- Artísticos
- Deportivos
- Otros

Sin embargo, para que un atractivo turístico, independiente-
mente de su naturaleza pueda lograr un desarrollo y provoque en sus --
visitantes, nuevos y repetidos desplazamientos, es necesario considerar
aquellos elementos que permitirán el traslado y la residencia o estan-
cia de las corrientes que se producen.

Estos elementos constituyen la Oferta Complementaria y se re-
fieren a:

- 1.- Obras de Infraestructura
- 2.- Estructura Turística
- 3.- Superestructura Turística

1.- OBRAS DE INFRAESTRUCTURA.- Son todas aquellas obras y servicios ne-
cesarios para apoyar y desarrollar la actividad turística.

Las principales son:

- a) Vías de Comunicación (Caminos, pistas de aterrizaje, puertos maríti-
mos, "marinas" y vías férreas).
- b) Sistema de Transporte Público (Por tierra, agua y aire).
- c) Sistemas de Telecomunicación (Telégrafo, télex, teléfono, sistemas
de microondas, etc.).
- d) Servicios generales (Asistenciales, educativos, administrativos, --
bancarios, religiosos, etc.).
- e) Red de suministros para proveer energía eléctrica, agua y combusti-
bles a las empresas prestadoras de servicios turísticos. (9)

2.- ESTRUCTURA TURISTICA.- Está constituida por el conjunto de instalaciones, equipos, personas físicas y empresas dedicadas a prestar servicios que son requeridos para satisfacer las necesidades que se desprenden de la actividad turística.

Es el Servicio, el elemento principal de esta Estructura Turística y, se define como: "La organización y el personal destinados a satisfacer las necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada".⁽⁹⁾ Y ya que el Turismo en su organización, supone una empresa que presta servicios, principalmente, este elemento es básico para el desarrollo de la actividad turística.

Los servicios necesarios para facilitar el desarrollo del Turismo, pueden clasificarse en dos tipos:

- 1) Específicos o inmediatos. - Que son los que satisfacen las necesidades de la actividad turística y, son prestados a través de empresas como: agencias de viajes, establecimientos de hospedaje y alimentación, empresas de transporte especializado, tiendas para turistas, empresas para financiamiento turístico, etc.
- 2) Comunes o Mediatos. - Son los que existen independientemente de la actividad turística, debido a que están destinados a satisfacer también las necesidades de la población local. Son: los establecimientos de alimentos y bebidas, lavanderías, tintorerías, arrendamiento de carros, bancos, etc.

3.- SUPRAESTRUCTURA TURISTICA.- Está constituida por los organismos públicos y privados que tienen como función, regular, fomentar y coordinar la actividad turística. Se clasifican en:

- 1) Organismos Nacionales de Turismo.- Que han sido creados por la Administración Pública y se encargan de la política turística en el orden general.
- 2) Instituciones Gubernamentales de Apoyo.- Son creadas por el Estado y se dedican a alguna actividad en particular, como: la capacitación turística, promoción del Turismo Social, etc.
- 3) Organizaciones Internacionales.- Han sido creadas para regular la actividad turística, en cuanto a relaciones y fomento internacional.
Por ejemplo: la Organización Mundial del Turismo.
- 4) Organizaciones No Gubernamentales.- Que se refieren a:
 - 1.- Asociaciones Profesionales.- Las cuáles agrupan a prestadores de servicios turísticos.
 - 2.- Asociaciones de Usuarios.- Agrupan al turista.
 - 3.- Asociaciones Internacionales.- Están formadas por asociaciones nacionales de prestadores de servicios o de usuarios a nivel internacional.

Además, la operación turística, requiere para su desarrollo, de un conjunto de conocimientos provenientes de la práctica y de la ciencia.

La Tecnología asociada al Turismo, se puede clasificar en tres grupos:

- 1.- **TECNOLOGIA DE EXPLOTACION DE LOS ATRACTIVOS Y DEL DESARROLLO DEL TURISMO EN GENERAL.-**

Este grupo incluye los elementos requeridos para la planificación del desarrollo turístico, los elementos micro-tecnológicos, utili-

zados para explotar un atractivo en particular; elementos macro-tecnológicos que permiten combinar los atractivos turísticos que impulsen el desarrollo turístico.

También se circunscribe la planificación espacial del Turismo y tecnología de diseño y uso del espacio para la realización de centros turísticos y los conocimientos necesarios para identificar, evaluar y seleccionar proyectos de inversión.

2.- TECNOLOGIA DE PRESTACION DE LOS SERVICIOS TURISTICOS.-

Aquí se incluyen los servicios de hospedaje temporal, el servicio de preparación de alimentos y bebidas, las agencias de viajes, el sistema de comercialización y reservaciones, la transportación de personas y otros servicios. Este grupo se refiere a la tecnología de prestaciones de servicios exclusivamente dirigidos al turista.

3.- TECNOLOGIA DEL EQUIPAMIENTO E INSTALACIONES ASOCIADAS A LA PRESTACION DE SERVICIOS Y A LA PRODUCCION DE BIENES PARA EL TURISTA.-

Incluye elementos que tienen utilidad para diferentes actividades económicas y otras que son específicas de la actividad turística.

Se refieren a la tecnología de los equipos de transporte de personas, la tecnología para las instalaciones necesarias para el desarrollo de establecimientos turísticos y la tecnología para la construcción.

Para lograr el desarrollo turístico, se requiere de la aplicación de los conocimientos antes mencionados, aunados a un sistema de generación, transmisión y aplicación del conocimiento tecnológico turístico, el cual debe contar con cuatro elementos adecuadamente integrados entre sí. Estos elementos son:

1) INFORMACION.- Sobre:

- a) Información sobre el desarrollo turístico en su conjunto, referente a:
- Conocimiento cabal de los atractivos turísticos del país.
 - Conocimiento cabal del estado actual de aprovechamiento de dichos atractivos.
 - Conocimiento sistemático de la infraestructura de acceso y servicios relacionados con los atractivos, los centros y los espacios turísticos.
 - Conocimiento de las capacidades instaladas para servicios turísticos, clasificados por tipo y calidad.
 - Registro estadístico de la afluencia de visitantes de cada centro turístico del país, detectando principalmente: el origen de los visitantes, el motivo del viaje, su permanencia, el uso de los servicios y el gasto clasificado por su objeto.
 - Estadísticas de transportación de personas, entre puntos del país, desde y hacia fuera del mismo.
 - Información económica sobre las actividades que proveen los bienes y servicios que demandan los turistas, sobre las que construyen y equipan las instalaciones y las que construyen la infraestructura.

b) Información sobre la Tecnología de los Servicios Turfsticos.-

Este tipo de conocimientos deben estar determinados en diferentes manuales de operación, procurando que esta información se convierta en patrimonio colectivo, ya que constituye un medio para la enseñanza y capacitación turfstica.

c) Información Sobre Equipo e Instalaciones.-

Generalmente, este tipo de información, está sujeta a la apropiación privada, debido a que los equipos son materia patentable, no pueden reproducirse libremente, por lo que es necesario un contrato de transferencia de tecnología, para obtener estos conocimientos.

2) TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA.-

En relación a este aspecto, se requiere de una política de transferencia de tecnología para el Sector Turismo, que pretende alcanzar la autonomía tecnológica en relación a los siguientes aspectos:

- a) La sistematización de la práctica de los servicios turfsticos, para lograr los mejores procedimientos y las normas adecuadas.
- b) La investigación sobre sistemas operativos que se apoyen en la práctica de los servicios, pero que suponen de un equipo especializado que pueda llevar a cabo observaciones y experimentación más sistemática.

3) INVESTIGACION.-

La investigación, tiene como propósito, analizar la información disponible para determinar la situación, la problemática, las perspectivas de dicha situación y, desarrollar tecnología, métodos y procedimientos para la realización de actividades de planificación y presta

ción de servicios turísticos. Esta investigación se refiere a:

- 1.- Investigación básica sobre turismo.- Para interpretar la actividad turística, las motivaciones del turista, el efecto económico y socio-cultural del Turismo y desarrollar una doctrina sobre la materia.
- 2.- Investigación aplicada y desarrollo experimental de carácter social, referente a: estudios de mercado, sobre empleo, flujo de recursos en el Turismo y diseño de metodología de planificación.
- 3.- Investigación básica sobre las relaciones entre el desarrollo turístico y el medio ambiente natural y cultural.
- 4.- Investigación aplicada y desarrollo experimental, asociada al diseño físico de los desarrollos turísticos, incluyendo sus instalaciones específicas.
- 5.- Investigación aplicada y desarrollo experimental de sistemas operativos para la prestación de servicios turísticos.

4) ENSEÑANZA Y CAPACITACION TURISTICA.-

La actividad turística requiere para su desarrollo, del personal que desempeñe la gran variedad de funciones requeridas para satisfacer las necesidades provocadas por dicha actividad.

Por su responsabilidad, habilidad y grado de conocimientos técnicos, existen diferentes niveles de preparación:

- a) Nivel Básico.- El cual enfoca sus esfuerzos a la preparación y adiestramiento de personal para los niveles primarios del servicio, fundamentalmente el hotelero y el área de alimentos y bebidas (ayudante de comedor, bar, de cocina, de recepción, caja, operador de teléfonos, camaristas y botones).

- b) Nivel Medio.- Que exige la secundaria o bachillerato como pre-requisito. Prepara: guías de turistas, técnicos en administración, edecanes, técnicos en Turismo, técnicos en hotelería, en recreación y agencias de viajes.
- c) Nivel Superior.- Tiene como objetivo, capacitar recursos humanos para los mandos ejecutivos de las empresas turísticas y para las funciones de investigación y planificación de la actividad turística.
- d) Nivel de Posgrado.- Existen recursos en las especialidades de planificación del desarrollo turístico, estadísticas e investigación turística, mercadotecnia, desarrollo regional, formulación y evaluación de proyectos y planificación física.

CAPITULO II

**CARACTERISTICAS DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL ESTADO
DE TABASCO**

CAPITULO II

CARACTERISTICAS DE LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL ESTADO DE TABASCO

II.1. CARACTERISTICAS GENERALES DEL ESTADO DE TABASCO

II.1.1. ORIGEN DEL NOMBRE.-

ONOHUALCO, fué el nombre dado por los nahuas, al territorio - Maya en Tabasco y Campeche, cuando era gobernado por TAABZ COOB, caci-- que de la región, quien juró obediencia al rey de España en 1519.

La palabra TABASCO se deriva de la voz: TLA-UASH-CO

TLA: prefijo nominal indeterminativo; alguno

HUASHCA: dominio, propiedad

CO: terminación toponímica

En idioma mexicano, TABASCO significa: "Lugar que tiene dueño"

II.1.2. BREVE HISTORIA SOBRE EL ESTADO DE TABASCO.-

Se sitúa como principales pobladores de Tabasco, a las tribus Chontales, Zoque y, otra a la que los españoles llamaron Calachonís.

A raíz de los descubrimientos realizados en La Venta, se reveló que, una de las más misteriosas civilizaciones del México antiguo, se encontraba en esta región: la de los Olmecas, que ha sido considerada como el origen de otras tan notables como la Maya, la Teotihuacana, la Zapoteca y otras.

La cultura Olmeca floreció durante los primeros tres siglos - de nuestra era. Sus vestigios han sido encontrados fundamentalmente --

en La Venta, Tabasco, Tres Zapotes y Cerro de la Mesa, Veracruz.

Se considera que corresponde a las culturas arcaicas o pre--
clásicas, habiendo influido poderosamente en otras culturas, como la -
de América Central.

Las características arquitectónicas de los Olmecas, se basan
en las cabezas gigantes de La Venta y en la estatuaria, básicamente
distintas en sus expresiones.

Respecto a las características humanas de la población Olmeca,
se pueden diferenciar entre dos tipos:

- a) Uno de nariz ancha y labios gruesos, con ciertos matices -
negroides.
- b) La otra se caracteriza por la nariz fina, semejante a la -
de los Mayas y otras culturas contemporáneas.

Su cabeza es oblonga o redonda, completando su biotipo una es-
tatura pequeña y gruesa, nuca y pómulos abultados.

Su arte se basa en la figura del Jaguar, que representa la ca-
racterización más definida del arte Olmeca en su época primitiva.

Las costumbres Olmecas, se caracterizaban por el tatuaje, la
horadación de la nariz, limaban los dientes y deformaban el cráneo, --
mediante procedimientos primitivos que alcanzaron a la mayor parte de -
las civilizaciones antiguas.

Los Olmecas poseían una escritura jeroglífica, así como un --
sistema calendárico y aritmético a base de puntos indicadores de las --
unidades y rayas para determinar el cinco.

Su culto fundamental lo rendían al Jaguar, usando máscaras -
que lo representaban y, expresado definitivamente a través de las famo-
sas cabezas gigantes de La Venta.

También rendían culto a la lluvia, al fuego y a sus muertos, en cuyas tumbas colocaban ofrendas.

Los Olmecas labraron la dura piedra de jadeíta con notable -- maestría. Trabajaron igualmente el hueso, la madera, la concha, la -- amatista, la hematita, la serpentina, la esteatita, el cuarzo, la ventu -- rina y el cristal de roca.

Sus muestras estatuarias son notables. Algunos monolitos de basalto y de piedra caliza, tallados con maestría, generalmente los de -- dicaban a la conmemoración de sus actos más trascendentales.

Varios autores señalan a los Olmecas, como los genuinos ante -- cesores de las viejas culturas mexicanas.

Fue durante la segunda expedición enviada desde Cuba por Di -- go de Velázquez y que comandaba Juan de Grijalva, en el año de 1518, -- cuando este grupo descubrió Tabasco, arribando por el río que desde -- entonces conserva el nombre de su descubridor: Grijalva.

La heroica defensa que hicieron los naturales, impidió que la expedición penetrara en la región. Pero en 1519, el conquistador -- Hernán Cortés, después de varios combates en Yucatán e islas cercanas, dirigió sus navas hacia occidente y, a través del río Grijalva, alcan -- zó tierra, librando la primera batalla con los tabasqueños, a quienes derrotó avanzando hasta lo que hoy se conoce como el municipio de Centla, en donde se llevó a cabo una segunda batalla, en la que salieron triun -- fantes los invasores, quienes fundaron en ese lugar, la Villa de Santa -- Marfa de la Victoria, a principios de 1519.

Atemorizados por el desastre, los nativos rindieron sus armas y obsequiaron a Cortés rídicamente. Entre la donación de doncellas, se distingue a la Malintzin o Malinche, a quien posteriormente el conquistador tomó para sí como esposa y que le fué de gran valor en sus planes, por el conocimiento de diferentes dialectos.

Después de la caída de Tenochtitlán, el último emperador del gran Imperio: Cuauhtémoc, fué hecho prisionero y obligado a formar parte de la expedición a las Hibueras en Guatemala y, Cortés, bajo pretexto de que el emperador tramaba una conspiración, le mandó ahorcar en el poblado de Itzancanac, que se encuentra en este Estado.

Durante la dominación española, Tabasco se anexó a la Capitanía General de Yucatán y, posteriormente formó una Provincia, que como otras regiones del Golfo de México, sufrió las incursiones de piratas y enfermedades incurables, que provocaron el decremento de la población y, por consiguiente, fueron motivo para que la entidad se mantuviera en un estado de atraso y decadencia.

La Constitución de 1824, consideró a Tabasco entre los Estados que formaron la República, aunque, debido a los conflictos de la época, el Estado pasaba inadvertido.

Hasta la Intervención francesa, Tabasco fué ocupado en 1863 por las tropas imperialistas, que tras una lucha de casi un año, fueron expulsadas. De este período, son dignos de mencionar a los tabasqueños que formaron parte de las tropas defensoras a: Gregorio Méndez, Andrés Sánchez Magallanes y el Coronel Lino Marino.

Durante el Porfiriato, el Estado, al igual que otros tantos, fué víctima de los grandes latifundistas y de la eternización de las -- autoridades, hasta que la indignación popular llegó al máximo y, una -- vez formalizada la Revolución por Don Francisco I. Madero, el levanta-- miento se generalizó y los revolucionarios tabasqueños, al mando de Do-- nato Padua, Ignacio Gutiérrez, Pedro Sánchez Magallanes y Antonio Her-- nández Torres, iniciaron la lucha, entrando a la población de Cárdenas, la cual fué nombrada desde entonces Heróica Cárdenas, debido al triunfo logrado en ese lugar.

En esa época (1910), la actuación del tabasqueño, Lic. José - Ma. Pino Suárez, fué sobresaliente, debido a que desempeñó la vica-pre-- sidencia de la República y otros cargos importantes, otorgados por el - presidente Madero, con quien fué asesinado el 22 de febrero de 1913.

A partir del triunfo de la Revolución y del establecimiento - de la paz, Tabasco ha tenido un señalado desarrollo y, en la actualidad se le considera de los Estados más importantes de la República, debido principalmente, a que cuenta con vastos yacimientos petrolíferos.

11.1.3. EL ESCUDO DE TABASCO.-

La historia del Escudo de Tabasco, se conoce a través del manifiesto presentado ante las Cortes Generales y Extraordinarias de Cádiz y al Rey Don Fernando VII, por el diputado de la Provincia de Tabasco, Don Eduardo de Cárdenas y Romero, en 1596, en el cuál se pide que se confirme como escudo de armas, al modelo formado por 3 estandartes distintos, sintetizados para formar el escudo que, hasta la fecha caracteriza y representa al Estado.

Visto de frente, el escudo contiene lo siguientes elementos:

- a) A la izquierda, en la parte superior, en campo de gules, cuatro torres de oro.
- b) A la derecha, en la parte superior, en campo de sinople, un brazo armado de brazal y empuñando espada.
- c) Al centro, un escudete con campo de plata y una María coronada de reina. A los costados del escudete, las columnas de Hércules, sosteniendo cada una un mundo de azur.
- d) A la izquierda, en la parte inferior, una india coronada, con los pechos descubiertos y en las manos, sendos ramilletes de flores.
- e) A la derecha, en la parte inferior, un león rampante de Castilla, en oro y coronado en campo de gules.
- f) Sobre el escudo en el centro, una Corona Real.



ESCUDO DE TABASCO

11.1.4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ESTADO DE TABASCO.-

El Estado tiene una extensión territorial de 24,661 kms², representando el 1,3% de la superficie total del país.

No presenta elevaciones importantes, ya que su orografía, es una planicie, la cual se ve interrumpida por algunas zonas montañosas en los municipios de Tenosique, Tacotalpa, Teapa, Macuspana y Huimanguillo.

La máxima elevación es el Cerro Madrigal, que mide 1,000 metros sobre el nivel del mar.

Su litoral alcanza 254 kms., siendo la plataforma continental de 60,000 kms² y contando además con un sistema lagunatorio de 29,800 hectáreas. Contiene 7 barras, que de oeste a este son: Tonalá, Sánchez Magallanes, Tuplico, Dos Bocas, Chiltepec, Frontera, San Pedro y San Pablo.

Tabasco, se encuentra entre los 17°15' y 18°39' de latitud norte y los 5°00' y 8°00' de longitud este del meridiano de México.

Limita al norte con el Golfo de México y el Estado de Campeche, al sur con Chiapas y Guatemala, al este nuevamente con Guatemala y al oeste con el Estado de Veracruz.

La cuenca del río Grijalva es la más importante del Estado y del País. En ella desemboca una gran cantidad de ríos, siendo los más importantes: el Usumacinta y el Mezcalapa.

El primero, nace en Guatemala, se interna en México por el Estado de Chiapas y, cuando entra en Tabasco, se denomina Mezcalapa, hasta llegar al tramo que pasa al sur de Villahermosa, en donde nuevamente toma el nombre de Grijalva, conservando su nombre hasta que desemboca en la Barra de Frontera.

Otra sub-cuenca de importancia es la del río Chilapa, que nace en la zona montañosa de Chiapas con el nombre de río Tepetitán, tomando influencia a partir de los ríos Tulijá y Macuspana, recibiendo como afluentes a los de Poaná, Puxcatán y Chimal. Al unirse con el arroyo de Bitzal, toma el nombre de Chilapa y se une al río Grijalva, a 25 kms. de Villahermosa.

Además existen numerosas lagunas de agua salada, comunicadas al mar, como: La Machona, El Carmen, Palma y Pajonal, ubicadas en el municipio de Cárdenas; las de Coapa o Mecoacán, en el municipio de Paraiso. Las lagunas de agua dulce más importantes son: la del Rosario, Magdillas, Tasajera y Las Ilusiones.

El clima de Tabasco es tropical húmedo, con temperatura media que oscila entre los 25 y 28 grados centígrados y, temperaturas extremas de 15 a 40 grados centígrados.

Hay dos temporadas de lluvias de 108 a 154 días al año, llegando a ser la precipitación pluvial de 2,000 milímetros cúbicos anuales, en el Estado y hasta 5,000 en Teapa y Tenosique.

El tipo de suelos que existe en el Estado son: el Gley, no apto a la agricultura, los cuales en su mayoría permanecen inundados la mayor parte del tiempo (el 60% del Estado está cubierto por ríos, lagunas, pantanos y esteros). Entre los suelos propios para la agricultura, se cuentan los tropicales, los arborescentes, café rojizo y amarillo de bosque.

La atmósfera casi constantemente saturada de humedad y la alta temperatura del Estado, son circunstancias que favorecen de una manera extraordinaria el desarrollo de la vegetación.

A continuación, se menciona una parte de los principales tipos de flora existente en el Estado:

MADERAS: chacté, barf, tatuán, tinto, caoba, cedro rojo, moral, guapaque, popiste, cascarillo, caracolillo, jagua, serranía, charamusco, -- malacate, chicherillo, chacahuanté, macuilis, cocofte, casta cuervo, chico zapote, quiebra-hacha, chipilcohte, paraíso, botoncillo, mác, pfo, bojón, canisté, jobillo, gusanillo, cedro blanco, pochote y ceibas.

PALMERAS: palma real, coco, cocollo, corozo, guano, guano yucateco, -- talife, escoba, chichón, palmiche, pojay y jahuacté.

RAICES: camote, morado amarillo y blanco, papa, yuca, sagú, mác, chayote, jícamas, ñame, cacahuate, yuquilla, suco, raíz de chayote, huacamote, ajemjible, amol, col, nabo y macal.

VERDURAS: lechuga, remolacha, rábano, jitomate, calabaza, pepino, papa, cebolla.

GRANOS: maíz, arroz, frijol, cacao, café y azúcar.

FRUTAS: melones, sandías, melocotones, higos, uvas, naranjas, limones, plátanos, piñas, mamey, chirimoya, saramuyo, zapotes, guayabas, guanábana, ciruelas, guanábana, piñones, mora, uspi, pfo, canisté, hicaco, limas, granada, toronjas, cidras, mangos, jagua, calmitos, tamarindos, guapaque, bellota o castaña, marañón, piñuelas, anonillas, grosella, -- papaya, chelele, patate, jujo, dama, etc.

Además abundan las resinas, la vainilla, el palo de Estorque, el navé, bejucos de todas clases, cundurango, maguey, pimienta, achilote, zarza-parrilla, guaco, goma elástica, tabaco, epazote, metalí, clavo, -- momo o yerba santa, ajonjolí, hortiga, gengibre y muchas especies más.

No menos difícil que la enumeración de las producciones vegetales, es tratar de dar a conocer las especies animales que pueblan el territorio tabasqueño, sin embargo, se tratará de mencionar los principales del Estado:

MAMIFEROS: mono, murciélago, tejón, mapache, zorro, comadreja, onza, -- perro de agua o nutria, tigre real, león tigrillo, tepalcuintle, puerco espín, tuza, ardillas, ratas, ratones, conejos, tapir, jabalí, venado, oso hormiguero, mico de noche, armadillo, manatí, tonina, delfín, caballo, vacas, toros, bueyes, puercos.

AVES: toro, calandria, zacua, pico de cera, pijul, sabanero, cenizote, zanate, pea, azulejo, tijereta, chilera, pistují, pucuy, chupamirto, chachalaca, martín pescador, golondrina viajera y de los ríos, cardenal, gato, chinchimbacal, gavilán, pascua florida, gavilán blanco, águila, pájaro - vaquero, guaraguao, lechuza, soche, rey de los zopilotes, guacamaya, loro real, cotorra, perico, pito-real, carpintero, chejé, pavo, guajolote, faisán, cojolita, chachalaca, perdiz, codorniz, bolonchoco, paloma torcaz, - pordiosera, titirillo, taratana, pespita, agachón, gaviota, gaitán, gallinazo, garza blanca, jojó, cupido, jojolito, chocolatera, tutupana, pato negro, anser, plijje, pato negro, pato filipino, patillo, viudita, alcatraz, cuervo, saramagullón y flamenco.

REPTILES: tortuga de mar, tortuga de río, hícotea, guao, chiquiguo, mojlina, pochitoque, talmame, lagarto o calmán, iguana verde (hembra), garrobo (macho), axpoque, lagartija, salamanqueza, escorpión, víbora de cascabel, nauyaca, oraclonera, cola de hueso, mazacúa, bejuquilla, coral.

BATRACIOS: mano de piedra, mano de metate, rana, camaleón y sapo.

PECES: robalo, sábalo, tenguyaca, mulula, casta rica, china, bobo-escama, peje-puerco, macabil, guabina, lisa, trucha, pez volador, arenque, sardina, topén, bayre, curuco, hipocampo, peje-lagarto, raya, mantaraya, tiburón y pez sierra.

INSECTOS: escarabajo, polilla de las pieles, escribano, botijón, broma, gorgojo, luciérnaga, cocuyo, cornezuelo, tijereta, cucaracha, solsoi, campamocha, chapulín, langosta, comején común y con alas, mariposa, -- tulish, abeja común y abeja real, abeja de panal, comactzá o cuaja-cabaza, pijón, abejón, avista, casco de mula, concha de armado, hormiga: colorada, loca de fuego, leilita, arriera, vieja, chichimeca, papalotas de diversos géneros, polilla, mariposa nocturna, polilla del cacao, chicharra, cucaracha de agua, chinche común y de las huertas, piojo común, mosquito o zancudo, tábano: grande, amarillo y negro, colmoyote, mosca de la carne y común, jején, chaqulete, pulga, nigua, cienpfas.

ARACNIDOS: alacrán, araña: de patas largas, grande doméstica, saltadora doméstica, garrapata de caballo, pinolillo, bermeja, coloradilla y talaje.

CRUSTACEAS: jaiba, cangrejos, camarón, pigua o langostino de río.

GUSANOS: sanguijuela, anguillas de los arroyos.

MOLUSCOS: pulpo, tote, shote, ostión de los ríos, almeja, broma de la costa, ostión de mar.

EQUINODERMOS: estrella de mar

CELENERADOS: agua mala

El Estado de Tabasco, está integrado por cuatro regiones, las cuales conforman un total de 17 municipios:

REGION DE LA CHONTALPA.- Se localiza en el extremo occidental del Estado y comprende los municipios de: Huimanguillo, Cárdenas, Cunduacán, -- Comalcalco, Jalpa de Méndez, Paraíso y Nacajuca.

El principal cultivo es el cacao, gracias a las condiciones propicias para su desarrollo y otros productos importantes son: la copra, pimienta, arroz y caña de azúcar.

REGION DE LA SIERRA.- Colinda con los Estados de Chiapas y está formada por los municipios de: Teapa, Tacotalpa, Macuspana y Jalapa.

Esta zona es principalmente una sabana tropical, que ha sido utilizada tradicionalmente para la cría de ganado y es fuerte productora de coco, caña de azúcar y madera.

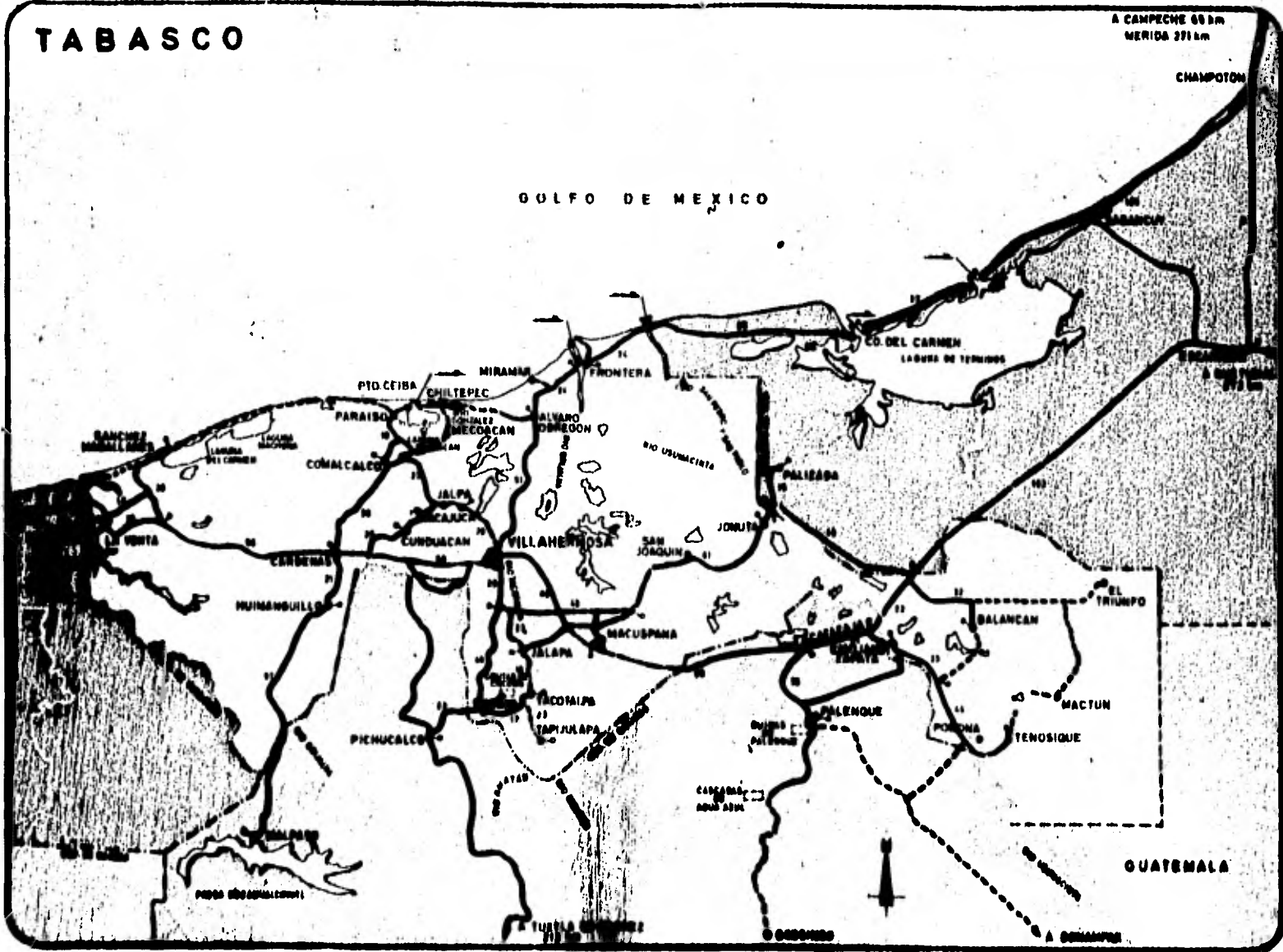
REGION DEL CENTRO.- Está formada únicamente por el municipio del Centro o Villahermosa, capital del Estado, la cuál constituye la ciudad más importante en el Estado. Se dedica principalmente a la actividad comercial y de servicios.

REGION DE LOS RIOS.- Se encuentra en la parte oriental del Estado y, - está integrada por los municipios de: Jonuta, Centla, Emiliano Zapata, Balancán y Tenosique. La principal actividad es la ganadería.

TABASCO

A CAMPECHE 60 km
MERIDA 271 km

GULFO DE MEXICO



GUATEMALA

POBLACION.-

Para el período de 1970-1977, se han registrado cambios sustanciales, ya que la población pasó de 768,377 a 1,048,599 habitantes, lo que representa un incremento del 36.7%. De 280,272 habitantes de incremento en el Estado, 179,374 correspondieron al aumento natural (64%) y 100,898 habitantes correspondieron a la inmigración (el 36% restante).

Las inmigraciones se han debido, primero por el desarrollo de importantes obras hidráulicas que dinamizaron la agricultura y la ganadería, destacándose el Plan Chontalpa y, después por los trabajos de Pemex en el Estado y, el último impacto inmigratorio se ha debido a la intensificación de la exploración, explotación y construcción de instalaciones de procesos industriales petroleros.

Actualmente, se ha estimado que Tabasco cuenta con 1,200,000 habitantes aproximadamente, siendo Villahermosa, la ciudad que más ha resentido el incremento poblacional durante el período de crecimiento.

11.1.5. MARCO ECONOMICO DEL ESTADO DE TABASCO

En Tabasco, por su situación geográfica y su clima, la agricultura y ganadería, se encuentran en una situación favorable para su desarrollo. Abundan por un lado, la gran disponibilidad de agua, pero existen factores negativos como las constantes inundaciones, las elevadas temperaturas y la prolongada y abundante temporada de lluvias.

Sin embargo, se ha propiciado el desarrollo de los cultivos de: coco, cacao, plátano, caña de azúcar y pimienta, dejando atrás a los cultivos de ciclo anual (maíz, frijol, etc.).

En cuanto a la ganadería, es necesario mencionar que surgió a raíz de la crisis platanera y al decremento de los precios de algunos productos, pero actualmente, la ganadería es extensiva, dadas las características físicas del territorio y está dedicada principalmente a abastecer de carne al Distrito Federal.

Debido a que el Estado se encuentra formado por una planicie costera de origen aluvial y sus recursos pesqueros son abundantes, esta actividad representa un excelente medio para el desarrollo económico en el Estado, ya que en la actualidad, la industria pesquera presenta un incipiente grado de desarrollo.

En la entidad se capturan actualmente 55 especies, destacando la captura del ostión en las lagunas litorales y el camarón en pesca de mediana altura, localizándose principalmente esta actividad en la localidad de Frontera, perteneciente al municipio de Centla.

En relación al sector industria, la mayoría de establecimientos industriales, corresponden a los del renglón de productores de ali-

mentos: derivados del cacao, industria azucarera, derivados del coco, derivados de los productos pecuarios y la industria de materiales de construcción y la del petróleo.

La actividad comercial, presenta deficiencias en su desarrollo.

Del total de establecimientos, 90% pertenecen a la categoría de abarrotes y en relación a la Producción-Comercio, se puede observar que el Estado adquiere la mayoría de los productos en él consumidos -- (de 1,000 artículos promedio que se manejan en el comercio, la industria no produce más de 30).

11.1.6. ATRACTIVOS TURISTICOS

Los atractivos turísticos constituyen el elemento básico para el desarrollo del Turismo, ya que motivan a las personas a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él.

Como riqueza turística de un país, en función de la cual se generan los desplazamientos, forman parte del cuadro geográfico o cultural de un lugar, denominándose a su vez: Recursos Turísticos.

Los recursos turísticos, según el Plan Nacional de Turismo, se dividen en cinco categorías:

- 1) **SITIOS NATURALES.-** Registra a los diferentes lugares del área en cuestión, considerados como paisaje con su equipamiento o actividades recreativas.
- 2) **MANIFESTACIONES CULTURALES.-** Comprende: museos, obras de arte y técnica, lugares históricos, ruinas y lugares arqueológicos.
- 3) **FOLKLORE.-** Incluye: manifestaciones religiosas, creencias populares, ferias y mercados, música y danza y artesanías y arte.
- 4) **REALIZACIONES TECNICAS, CIENTIFICAS O ARTISTICAS CONTEMPORANEAS.-** Esta categoría comprende: explotaciones mineras, explotaciones agropecuarias y pesqueras, explotaciones industriales y obras de arte y técnica y, centros científicos y técnicos.
- 5) **ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS.-** Comprende todos los eventos organizados que puedan atraer a los turistas como espectadores o como actores. Incluye a: los acontecimientos artísticos, deportivos y cualquier otro del tipo.

A su vez, las categorías se desglosan en Tipos y Subtipos.

Es decir, la categoría de Sitios Naturales, por ejemplo, contiene como uno de sus Tipos, a las Costas y, como Subtipo de este Tipo, las playas, acantilados, arrecifes, barcas, islas, canales, penínsulas, bahías y caletas.

El interés turístico de cada atractivo, depende de la capacidad para motivar el desplazamiento de personas y, se clasifica en cuatro niveles jerarquizados también en el Plan Nacional de Turismo.

Estos niveles son:

JERARQUIA I.- Se refiere a atractivos excepcionales a nivel Internacional, capaces por sí solos de motivar importantes corrientes de visitantes actuales o potenciales, internacionales y nacionales.

JERARQUIA II.- Atractivo excepcional a nivel nacional, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes, nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.

JERARQUIA III.- Atractivo capaz de motivar corrientes turísticas regionales o locales y de interesar visitantes nacionales o internacionales - que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas.

JERARQUIA IV.- Atractivo sin los méritos de los anteriores, capaz de motivar corrientes turísticas locales, que pueden complementar a otros atractivos turísticos de mayor jerarquía.

11.1.6.1. INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS DEL ESTADO DE TABASCO.-

Geográficamente, Tabasco está dividido en cuatro grandes regiones: La Chontalpa, el Centro, la Sierra y la Región de los Ríos.

La Chontalpa, agrupa los municipios de: Huimanguillo, Cárdenas, Nacajuca, Jalpa, Cunduacán, Comalcalco y Parafso. Históricamente, es la región del gran desarrollo Olmeca.

El Centro es el municipio que contiene a la capital del Estado, Villahermosa, que es el asentamiento humano de enorme caudal histórico, - corazón del Estado y del Sureste del país y, constituye el eje de las comunicaciones en toda la zona.

La Región de la Sierra, abarca los municipios de: Teapa, Jalapa, Tacotalpa y Macuspana. En esta zona los accidentes geográficos han determinado la existencia de paisajes magníficos, ilustrados con montañas, selvas y ríos, grutas misteriosas y manantiales de aguas sulfurosas.

Contrastan aquí los poblados de rústica belleza, con los centros industriales pertenecientes a la actividad petrolera, rodeados por la verde alfombra de la selva de Macuspana.

La Región de los Ríos, cruzada por el caudaloso Usumacinta, -- desde la frontera con Guatemala, hasta el Golfo de México y bañada también por los cauces de los ríos Grijalva, San Pedro y San Pablo, San Antonio y centenares de afluentes menores. Está constituida por los municipios de: Centla, Jonuta, Emiliano Zapata, Balancán y Tenosique.

El interés por la región, se remonta desde el paso de Hernán Cortés, La Malinche y Juan de Grijalva; las incursiones comerciales indígenas y de los sacerdotes de Palenque; el sacrificio de Cuauhtémoc en esta región.

A continuación, se enumeran los 17 municipios que constituyen al Estado de Tabasco, describiendo sus características principales y los recursos turísticos actuales de cada uno de ellos.

1.- BALANCAN: "Lugar abandonado a causa del fuego" (Mexicano)

Ubicado en la región de los Ríos, entre los 17°79' latitud norte y 91°33' de longitud oeste, a 195 kms. de Villahermosa.

Limita al norte con el Estado de Campeche, al sur con el municipio de Tenosique, al este con la República de Guatemala y al oeste con el municipio de Emiliano Zapata.

El municipio cuenta con bellos paisajes naturales aún sin explotar, sin embargo, pueden realizarse actividades como la caza, pesca y esquí acuático. Además cuenta con las zonas arqueológicas Leona Vicario, Pomoná, San Pedro, Santa Elena, pero sólo el grupo arqueológico Gertrudis, que posee una estela maya y el grupo arqueológico El Arrenal, han sido reconocidos como atractivos de jerarquía III y IV respectivamente.

2.- H. CARDENAS : En homenaje al Diputado de la Provincia de Tabasco, - José Eduardo de Cárdenas.

Se localiza en la Región de la Chontalpa, entre los 17°59' de latitud norte y los 93°22' de longitud oeste. A una distancia de 50 kms. de Villahermosa. Ocupa el 6o. lugar por su extensión territorial, con - 1970.32 kms². Está limitado al norte por el Golfo de México, al noroeste con el municipio de Huimanguillo, al sureste con el Estado de Chiapas y al oeste con el Estado de Veracruz.

Como atractivos turísticos naturales, el municipio cuenta con - sus dos lagunas más importantes: La Machona y El Carmen.

También cuenta con la Isla El Pajaraí, la cual abriga una -- gran cantidad de aves marinas y se puede practicar la caza y la pesca. Está considerada dentro de la Jerarquía IV. El atractivo más importante es la playa denominada Sánchez Magallanes, ubicada en la localidad - que lleva el mismo nombre y está clasificada dentro de la Jerarquía III.

3.- CENTLA : "En el maizal" (Mexicano)

Se encuentra localizado en la Región de los Ríos, en las coordenadas 18°28' de latitud norte y 92°43' de longitud oeste, a una distancia de 75 kms. de Villahermosa. Ocupa el 2o. lugar por su extensión territorial con 3,245.54 kms².

Está limitado al norte con el Golfo de México, al sur con el municipio del Centro, al este con los municipios de Jonuta y Macuspana y el Estado de Campeche y al oeste, con los municipios de Parafso y Nacajuca. La mayor concentración turística del municipio, se debe a sus playas: Miramar, el Bosque y Pico de Oro, consideradas como atractivos turísticos de Jerarquía III.

Por su ubicación dentro de la zona de los Ríos, cuenta con grandes extensiones de playas, ríos y lagunas, en donde se puede desarrollar diversos deportes como: la pesca, natación, esquí acuático y velleo.

Cruzan por el municipio, el río Usumacinta, el San Pedro, el río Grijalva y, cuenta con las lagunas de Santa Anita o El Espejo, Tres Brazos, Laguna del Viento y otros recursos de menor concentración turística como Rincón Brujo, Playa Azul e Isla del Buey, considerados dentro de la Jerarquía IV.

4.- COMALCALCO : "Casa de los comales" (Mexicano)

Se localiza en la región de la Chontalpa, entre los 18°15' de latitud norte y los 93°15' de longitud oeste, ocupando el 16o. lugar - por su extensión territorial, con 426.78 kms², ubicándose a 86 kms. de Villahermosa.

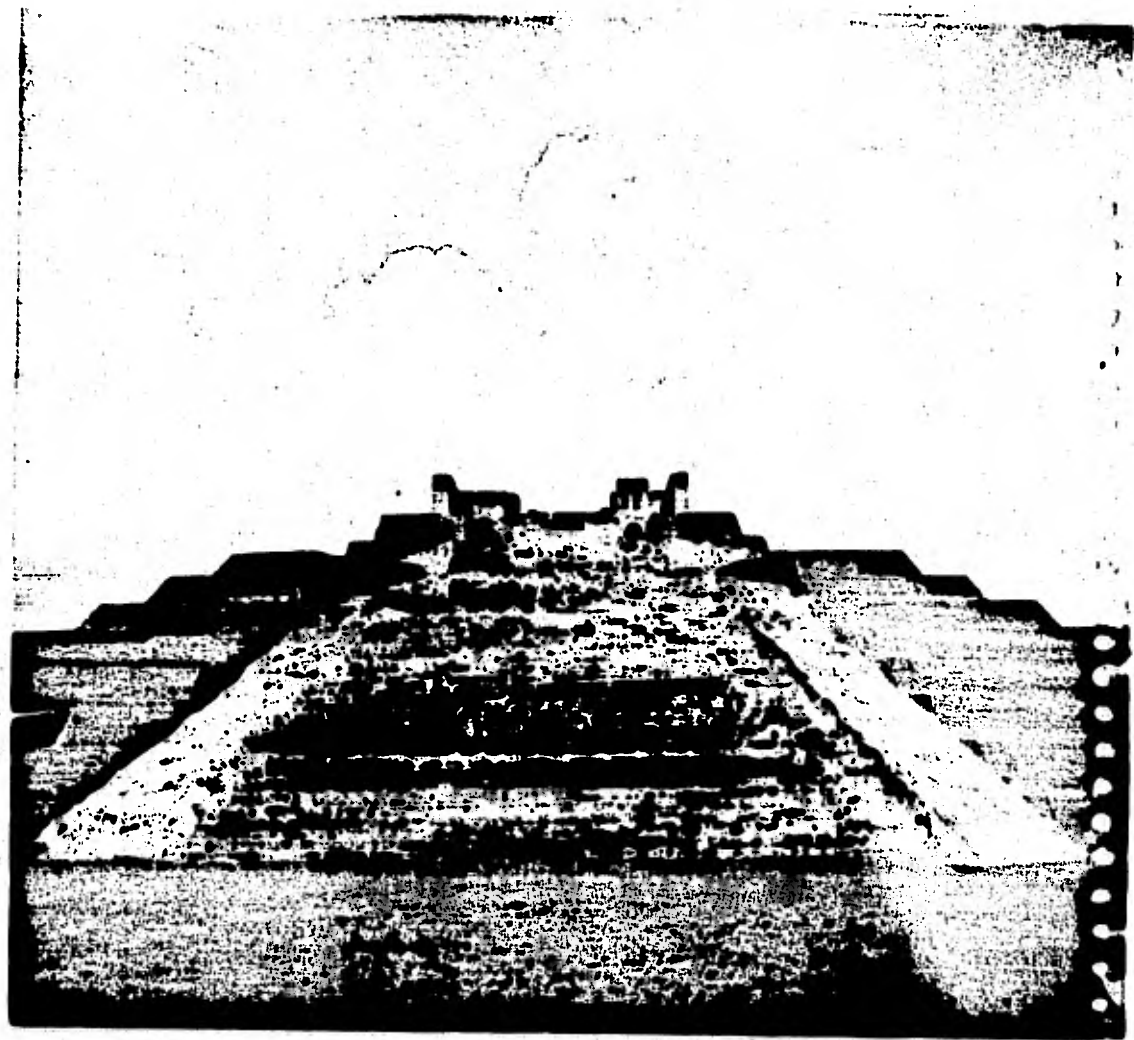
Está enmarcado con los siguientes límites: al norte con el municipio de Farafso, al sur con el municipio de Cunduacán, al este con - los municipios de Nacajuca y Jalpa y al oeste con el municipio de Cárdenas. El río Seco, cruza la ciudad de Comalcalco, pero aún no ha sido explotado para fomentar el turismo en la región.

Cuenta también con la Laguna El Estero de la Unión, el río -- Cuxcuchapa, Río Tortuguero, Río Cocohital y la Laguna de Cuplico, sin embargo, el principal atractivo turístico, lo constituyen las ruinas -- mayas, que se localizan a 3 kms. de la ciudad de Comalcalco. Estas tienen la peculiaridad de que son las construcciones en que por primera y única vez, se utilizó el ladrillo de barro para su edificación. Están jerarquizadas dentro de la categoría III.

Cuenta también con un museo que conserva piezas de tabique con dibujos en incisión (Jerarquía IV). Otro recurso potencial aún no explotado adecuadamente, lo constituye el pueblo típico de Tuplico, clasificado dentro de la Jerarquía III.

5.- CUNDUACAN : "Lugar que tiene ollas" (Mexicano)

Localizado en la región de la Chontalpa, a los 18°00' de latitud norte y los 93°15' de longitud oeste, a una distancia de 48 kms. de Villahermosa. Ocupa el 13o. lugar por su extensión territorial, que es de 660 kms².



Ruinas de Comicalco. Comicalco.

Limita al norte con los municipios de Comalcalco y Jalpa, al este con los municipios de Nacajuca y Centro y al sur con el municipio del Centro y el Estado de Chiapas y al oeste con el municipio de Cárdenas. El municipio carece de atractivos turísticos capaces de provocar desplazamientos a la región.

6.- EMILIANO ZAPATA : En honor al general revolucionario y caudillo - agrarista mexicano.

Se localiza en la Región de los Rfos, ubicándose entre los $17^{\circ}30'$ de latitud norte y los $92^{\circ}10'$ de longitud oeste, a una distancia de 144 kms. de Villahermosa. Ocupa el 11o. lugar por su extensión territorial, con una superficie de 743.66 kms².

Limita al norte con el Estado de Campeche, al sur con el Estado de Chiapas, al este con los municipios de Balancán y Tenosique y al oeste con el municipio de Jonuta.

Cuenta con bellezas naturales representadas por variados paisajes. El río Usumacinta continúa su cauce por el municipio, así como las aguas de los arroyos Hondo, El Jovel y otros de menor importancia.

Las lagunas principales son: La Mariche, San Antonio, Nueva Esperanza, El Jobo y la de Zoquilla. Todas de Jerarquía IV y, aunque carece de infraestructura y servicios adecuados, la zona arqueológica - El Chable, de Jerarquía IV, se considera un recurso potencial para la región.

7.- HUIMANGUILLO : Diminutivo de "Huímango"; "Lugar de autoridades grandes" (Mexicano)

Se encuentra en la Región de la Chontalpa, en las coordenadas $18^{\circ}20'$ de latitud norte y $92^{\circ}43'$ de longitud oeste.

Ocupa el primer lugar por su extensión territorial, con una superficie de 3,587 kms², ubicado a 69 kms de Villahermosa. Limita al norte con el Golfo de México y el municipio de Cárdenas, al sur y al este con el Estado de Chiapas y al oeste con el Estado de Veracruz.

Cuenta con los ríos Tonalá y el caudaloso Mezcalapa. Las lagunas El Rosario y los Limones, que pueden aprovecharse para navegación en cayucos, pesca y natación, como recurso turístico, además de las lagunas de Mecatepec, Arenal y El Caracol. También dispone de las cascadas llamadas "Carlos Pellicer Cámara", clasificadas en la Jerarquía IV.

El atractivo primordial del municipio es la zona arqueológica - La Venta, ubicada en la localidad del mismo nombre, la cual representa -- vestigios de la cultura Olmeca y posee aún zonas sin explorar. Esta zona está considerada como atractivo turístico de Jerarquía III.

La región cuenta con una gran zona de pozos petroleros, que por su importancia económica y por ser fuentes de energía, contando con modernas instalaciones, atraen la atención de cualquier visitante.

8.- JALPA DE MENDEZ : Jalpa: "Sobre la arena" (Mexicano), Méndez: En honor al héroe tabasqueño Gregorio Méndez.

Se encuentra localizado en la Región de la Chontalpa, entre los 18°11' de latitud norte y los 93°03' de longitud oeste. Por su extensión territorial, ocupa el 17o. lugar con respecto al total estatal, con una superficie de 375.67 kms², localizándose a 25 kms. de Villahermosa.

Sus límites son: al norte los municipios de Parafso y Centla, al sur el municipio de Conduacán, al este el municipio de Nacajuca y al oeste con el municipio de Comalcalco,

Por falta de infraestructura física, este pequeño municipio carece de importantes recursos turísticos, sin embargo, cuenta con algunos pueblos típicos y zonas chontales, susceptibles de ser explotados para fines turísticos.

9.- JALAPA : "Ribera de arena" (Mexicano)

Se ubica en la Región de la Sierra, en los 17°45' de latitud norte y los 92°46' de longitud oeste, a una distancia de 45 kms de Villahermosa. Ocupa el 15o. lugar por tamaño, con una extensión territorial de 518.78 kms².

Límite al norte con el municipio del Centro, al sur con el municipio de Tacotalpa, al este con el municipio de Macuspana y al oeste con el municipio de Teapa.

Debido a su falta de infraestructura turística y a que el municipio carece de atractivos suficientes y capaces de interesar al turista, su participación en el Turismo es muy escasa. Sin embargo, existe la posibilidad de explotar sus ríos y arroyos, implementándolos con la infraestructura adecuada. Cuenta con el río de la Sierra, el río Poaná y sus arroyos más importantes son: El Dorado, La Lima, Zapotal, Aguas Negras, Arroyo Grande, Escobas, Santo Domingo, Areñas, Peñuelas, Naranjas y Lagartera.

10.- JONUTA : "En donde abundan los jonotes" (Mexicano)

Se localiza en la Región de los Ríos, en los 18°15' de latitud norte y los 92°15' de longitud oeste, a una distancia de 144 kms. de Villahermosa. Por su extensión territorial, ocupa el 8o. lugar, con 1,101 kms². Sus límites son: al norte y este con el Estado de Campeche, al sur con el municipio de Macuspana y el Estado de Chiapas y al oeste con los municipios de Centla y Macuspana.

Aún cuando carece de una adecuada estructura de caminos y su infraestructura física es incipiente, cuenta con grandes atractivos naturales como: ríos y lagunas, en los que se puede realizar actividades como: veleo, natación, pesca y esquí acuático.

El río Usumacinta atraviesa el municipio en toda su longitud, formando las islas de Montserrat y Chinaí. Los ríos Chico y San Antonio, desembocan en el Golfo de México.

Las lagunas más importantes son: Laguna Grande, Plátano, Arragtradero, Playa Larga, Paseo de los Caballos, El Sauce, Carozo, Ranchón y Macuilfs.

El municipio cuenta con una zona arqueológica que, aunque su infraestructura turística no es completa, está considerada como atractivo turístico de Jerarquía III.

11.- MACUSPANA : "Lugar de las cinco barraduras o limpiezas" (Mexicano)

Se ubica en la Región de la Sierra, en las coordenadas 18°00' de latitud norte y 92°33' de longitud oeste, a una distancia de 50 kms. de Villahermosa. Por su extensión territorial, ocupa el 5o. lugar, - con una superficie de 2,067.44 kms².

Limita al norte con los municipios de Centla y Centro, al sur con el Estado de Chiapas, al este con el municipio de Jonuta y al oeste con el municipio de Jalapa.

Cuenta con los cerros: El Tortuguero, El Encajonado y El Campa nario, ubicados a 17 kms. de la ciudad de Macuspana. Al sureste del municipio, los cerros: Paloma, Limón y Manatínero y el cerro Tepezuitla, que limita con el Estado de Chiapas. El río Puxcatón atraviesa el - municipio y toma el nombre de Río Macuspana, dividiéndose posteriormente en Río Tulijs y Río Tepetitán.

Dispone de las lagunas de: Ramón Grande, El Pajonal, Francisco Bates, Morelos, Ismate y Manatínero.

Aunque carece de infraestructura turística adecuada, las Cascadas de Agua Blanca, están clasificadas como recurso turístico de Jerarquía III y, por su belleza y aguas cristalinas, provocan el desplazamiento de visitantes locales y estatales y nacionales, esperándose la afluencia de turistas extranjeros. El municipio cuenta con un balneario ubicado en el Ejido Las Palomas, pero sin instalaciones adecuadas. Otro recurso turístico es la Cueva del Zopo, de Jerarquía IV y el Grupo Arqueológico El Tortuguero, de Jerarquía IV, ubicado en el cerro que lleva el mismo nombre, aún sin infraestructura turística.

12.- NACAJUCA : "Lugar de las carnes pálidas o descoloridas" (Mexicano)

Localizado en la Región de la Chontalpa, entre los 18°15' de latitud norte y los 93°00' de longitud oeste, a una distancia de 19 kms. de Villahermosa. Ocupa el 9o. lugar por su extensión territorial, con una superficie de 808 kms². Limita al norte con el municipio de Centla, al sur y este con el municipio del Centro y al sur y oeste con los municipios de Jalpa y Cunduacán.

Cruzan por el municipio los ríos Nacajuca y el río Tula, además del Arroyo Aguacero y la Laguna del Horizonte. En su parte sur, es atravesado por los ríos Mezcalapa, Carrizal y Samaria, afluentes del caudaloso Grijalva.

Aunque no cuenta con infraestructura turística y sus recursos para ese fin son escasos, el pueblo pintoresco de Saloya, de Jerarquía IV, se encuentra a la orilla de la carretera proveniente de Villahermosa, que va hacia Comalcalco y dicho camino es a su vez, no menos pintoresco.

La Laguna del Horizonte, ubicada en la localidad de El Espino y el pueblo pintoresco de Cupilco, son considerados recursos turísticos de Jerarquía IV. En la región de las zonas agrícolas, además de su importancia económica y social, resaltan las áreas de los diferentes plantíos con su belleza natural.

Actualmente una actividad que se ha convertido en recurso turístico de gran interés, lo constituyen los Camellones Chontales, en los que se practica la agricultura y la pesca simultáneamente y se pueden dar paseos por cayuco, admirando los productos del campo y la cría de diversos peces. Este recurso está clasificado en la Jerarquía IV.

13.- PARAISO

Se localiza en la Región de la Chontalpa, en las coordenadas - 18°24' de latitud norte y 93°12' de longitud oeste, a una distancia de - 106 kms. de Villahermosa. Ocupa el 14o. lugar por su extensión territorial, con 577.55 kms². Se encuentra limitado al norte con el Golfo de México, al sur y oeste con Comalcalco, al este con los municipios de Centla, Nacajuca y Jalpa.

Sus principales recursos turísticos naturales son: Playa Limón, Playa Paraiso, La Riviera, El Bellote, Playa Bruja, la Barra de Tupilco (todas de Jerarquía III), Laguna de los Pérez, Río González, Puerto Ceiba, la Punta de Tlilapa, Laguna de Chiltepec, Manglar del Ejido "La Solución Somos Todos", Barra de Chiltepec. Todos clasificados en la Jerarquía IV, a excepción de la Barra de Tupilco y la Playa Paraiso, que cuenta con un balneario instalado adecuadamente para dar servicio de alojamiento a través de bungalows y servicio de Restaurant.

Otros atractivos turísticos importantes son: la Instalación Portuaria de Dos Bocas (Jerarquía IV), el pueblo típico pescador Chiltepec (Jerarquía IV) y la zona arqueológica Paraíso, que cuenta con - proyectos de implementación de infraestructura turística, clasificado en la Jerarquía III.

14.- TACOTALPA : "Tierra de breñas" (Mexicano)

Se localiza en la Región de la Sierra, en las coordenadas -- 17°30' de latitud norte y los 92°45' de longitud oeste, a una distancia de 90 kms. de Villahermosa. Ocupa el 10o. lugar por su tamaño en el - Estado, con una extensión territorial de 794.77 kms². Limita al norte con los municipios de Jalapa y Macuspana, al sur y al este con el Estado de Chiapas y al oeste con el municipio de Teapa.

En cuanto a sus recursos turísticos naturales, el municipio - cuenta con el río Tacotalpa, las Grutas del Poaná y las Grutas de Cuesta Chica, todas de Jerarquía IV. La unión de los ríos Amatlán, de --- aguas cristalinas, con el río Oxolotán de aguas azufrosas de color azul en Tapijulapa, lugar que también cuenta con el pueblo típico recientemente remodelado, ubicado en el lugar del mismo nombre, de Jerarquía III.

También las Grutas del Madrigal, de Jerarquía IV, localizadas en el cerro que lleva el mismo nombre. Los cerros El Madrigal, - Campana, Murciélagos, Monte Quemado y Cora de Ipahana, los cuáles ninguno sobrepasa los 1,000 metros.

15.- TEAPA : "Ribera de las piedras" (Mexicano)

Ubicado en la Región de la Sierra, en las coordenadas 17°30' de latitud norte y los 93°00' de longitud oeste. Por su tamaño, ocupa el 12o. lugar en el Estado, con una extensión territorial de 679.78 kms².



Tapijulapa. Pueblo Remodelado.

Se encuentra a 58 kms. de Villahermosa. Limita al norte -- con el municipio del Centro, al sur y oeste con el Estado de Chiapas y al este con los municipios de Jalapa y Tacotalpa.

Actualmente, su principal atractivo turístico, lo constituyen las Grutas del Coconá, cuyas formaciones son de rocas calcáreas y cuenta con espectáculo de Luz y Sonido. Están divididas en 8 salas con misteriosos e insondeables estanques alimentados por un río subterráneo, en los cuáles habitan peces ciegos. Están implementadas con estacionamiento, jardines, tienda de artesanías, kioskos y restaurante. Están clasificadas en la Jerarquía III.

El río Puyacatengo, recibe una gran cantidad de visitantes locales que practican la natación y actividades recreativas en sus orillas, aún cuando no existe infraestructura básica. Pertenece a la Jerarquía IV. El Balneario El Azufre, famoso por sus aguas curativas sulfurosas, también atrae a numerosos turistas nacionales. Dispone de servicio de alojamiento y de restaurant y está clasificado en la Jerarquía III.

También cuenta con las Grutas del Madrigal, las cuáles comparte con el municipio de Tacotalpa. Los cerros Gordo, Azufre y Coconá, las lagunas de Coconá, Sitio Grande y Río Teapa y, los balnearios naturales Puyacatengo y el Azufre. Atractivos de Jerarquía IV.

16.- TENOSIQUE: "Casa del hilador o del hilandero" (Mexicano)

Se ubica en la Región de los Ríos, entre los 17°28' de latitud norte y los 19°30' de longitud oeste. Ocupa el 4o. lugar con respecto al total Estatal, con una superficie de 2,098,10 kms², a una distancia de 216 kms. de Villahermosa.

Se encuentra limitado al norte con el municipio de Balancán, al sur y al este con la República de Guatemala y al oeste con el municipio de Emiliano Zapata y el Estado de Chiapas.

En sus regiones, principalmente pueden practicarse la caza y la pesca, debido a que cuenta con una gran variedad de animales salvajes y ríos donde pescar. Son recursos turísticos de Jerarquía IV.

Un atractivo que en la actualidad ha motivado para el desplazamiento a deportistas y visitantes, lo representa el Maratón Náutico, que se lleva a cabo anualmente en el río Usumacinta. Es un recurso de Jerarquía III.

Cuenta también con un sitio paisajístico denominado Boca -- del Cerro, en donde existe un famoso puente colgante, clasificado en la Jerarquía IV. Las zonas arqueológicas de Pomoná y Panjalé, próximas a remodelarse, las playas que se forman en los cauces del río Usumacinta, la Laguna de Cobá, localizadas a 11 kms. de la cabecera municipal y el río San Pedro. Todos estos recursos están clasificados en la Jerarquía IV. Actualmente, el municipio no cuenta con infraestructura turística adecuada para sus recursos y atractivos.

17.- CENTRO (VILLAHERMOSA)

Conforma una de las cuatro regiones geográficas en que se encuentra dividido el Estado, ubicándose entre los 17°59' de latitud norte y los 92°55' de longitud oeste. Por su tamaño, ocupa el 7o. lugar con respecto al total estatal, con una superficie de 1,765.88 kms².

Se encuentra enmarcado en los límites siguientes: al norte - con el municipio de Centla, al suroeste con el Estado de Chiapas, al este con el municipio de Macuspana y al oeste con los municipios de -- Jalpa, Nacajuca y Cunduacán.

Por su condición de capital del Estado, cuenta con la principal infraestructura de servicios básicos y turísticos y es el lugar en donde se concentra la mayor potencialidad de atractivos turísticos y, por consiguiente, la mayor afluencia de visitantes, tanto nacionales como extranjeros.

Sus principales recursos naturales son: el río Grijalva, por el que actualmente se pueden dar paseos en el barco que se denomina "Capitán Beuló", el cual cuenta con instalaciones para dar servicio de alimentos y bebidas durante el recorrido; además pueden realizarse paseos en barcos y lanchas. Cuenta también con el Puente Grijalva, sobre el río que lleva el mismo nombre, el cual da acceso hacia las carreteras que llegan hasta el Estado de Yucatán y por el que es obligatorio cruzar para llegar al aeropuerto de Villahermosa.

La Laguna de las Ilusiones, está dividida en tres secciones: la primera sección está rodeada por una zona residencial, la Ciudad Universitaria y la Zona Asistencial de la Ciudad; la parte Central toca con sus orillas al Parque Museo de La Venta (Jerarquía III), el Centro de Convivencia Infantil (Jerarquía III) y el Parque Tomás Garrido Canabal (Jerarquía III), desde cuyo salón de bailes, se domina la laguna y, a la orilla de la última sección, se encuentra el Hotel Cancun.

En la parte central de la Laguna, se puede pasear en lanchas que el Gobierno del Estado, ha proporcionado a través del DIF (Desarrollo Integral de la Familia), las cuales son rentadas a cualquier visitante.

Además, dispone de la Laguna del Espejo, Punta de la Pigua, el río Carrizal, la Laguna del Camarón, entre otros, pudiéndose desarrollar actividades como: pesca, natación, esquí acuático y paseos en lanchas y cayucos. Todos de Jerarquía IV.

Cuenta con los centros turísticos y recursos culturales siguientes, los que pertenecen a la Jerarquía III :

- Museo del Estado de Tabasco, ubicado en el complejo cultural CICOM.
- Parque Museo de la Venta.- Que contiene una gran cantidad de piezas arqueológicas de la Cultura Olmeca, colocadas en la misma posición que -
tenían al ser descubiertas y rodeadas de exuberante vegetación, aunque actualmente, se han adoquinado los caminos que llevan a cada pieza. Además cuenta con un pequeño zoológico de animales salvajes típicos -
del Estado, de los cuáles el más impresionante es un lagarto que mide aproximadamente 6 metros de largo. Cuenta con servicio de guías, cafetería y servicios sanitarios, así como un museo de piezas menores.
- Parque Tomás Garrido Canabal.- También conocido como Parque Tabasco, es sede de las exposiciones Ganaderas, Agrícolas, Industriales y Artísticas del Estado, que se celebran cada año en el mes de abril, generalmente. Cuenta con grandes áreas verdes rodeadas de gran variedad de -
árboles, juegos infantiles, dos salones de bailes, kioskos, un teatro al aire libre, un restaurant y un embarcadero, en donde se alquilan -
lanchas para pasear en la Laguna de las Ilusiones. Además, el FONAPAS (Fondo Nacional para Actividades Sociales), ha construido un cine-teatro, denominado "El Agora", donde se imparten clases de variadas artes y cuenta con instalaciones para recitales, exposiciones y una cafetería. Con el fin de resolver, en parte, los problemas derivados del crecimiento acelerado que ha sufrido el Estado y, principalmente la ciudad de -
Villahermosa, el Gobierno del Estado, ha seguido una estrategia de adquisición de terrenos para formar reservas territoriales, que se destinarán a la construcción de vivienda y obras de servicios públicos.

Entre los predios adquiridos con este fin, destacan los del antiguo aeropuerto de Villahermosa y terrenos aledaños, que suman más de 260 hectáreas. Para el aprovechamiento de esta superficie, el Ejecutivo del Estado promovió la creación de la "Comisión Para el Desarrollo Urbano Tabasco 2000", publicado en el Diario Oficial el 26 de Abril de 1980, el decreto que la constituye.

Se establecieron tres grandes zonas, de acuerdo a la función predominante de ellas:

Zona Centro.- Aquí se localizan los edificios públicos de mayor importancia, el Centro Cívico Cultural (Planetario y Palacio Municipal), el Centro de Convenciones, así como las áreas comerciales y hoteleras.

Zona Campestre.- Se localizan la Zona Hotelera, Centro de Convenciones, Paseo Tabasco y Paseo del Carrizal, por lo que se ubicará en ellos, lotes residenciales con servicios únicos en la ciudad, como son: el Campo de Golf y la Casa Club.

Los Espejos o Zona III.- Predominan en esta zona, las zonas destinadas a vivienda media y vivienda de interés social, además de ubicarse en ellas a dos zonas recreativas: El Parque de la Choca y Villa zoo.

En este lugar, se espera efectuar la Feria Regional del Estado, la que se realiza en el mes de abril, generalmente. Substituyendo el Parque Garrido Canabal, debido a que su extensión, actualmente es inadecuada para el gran número de personas que asisten a esta fiesta.

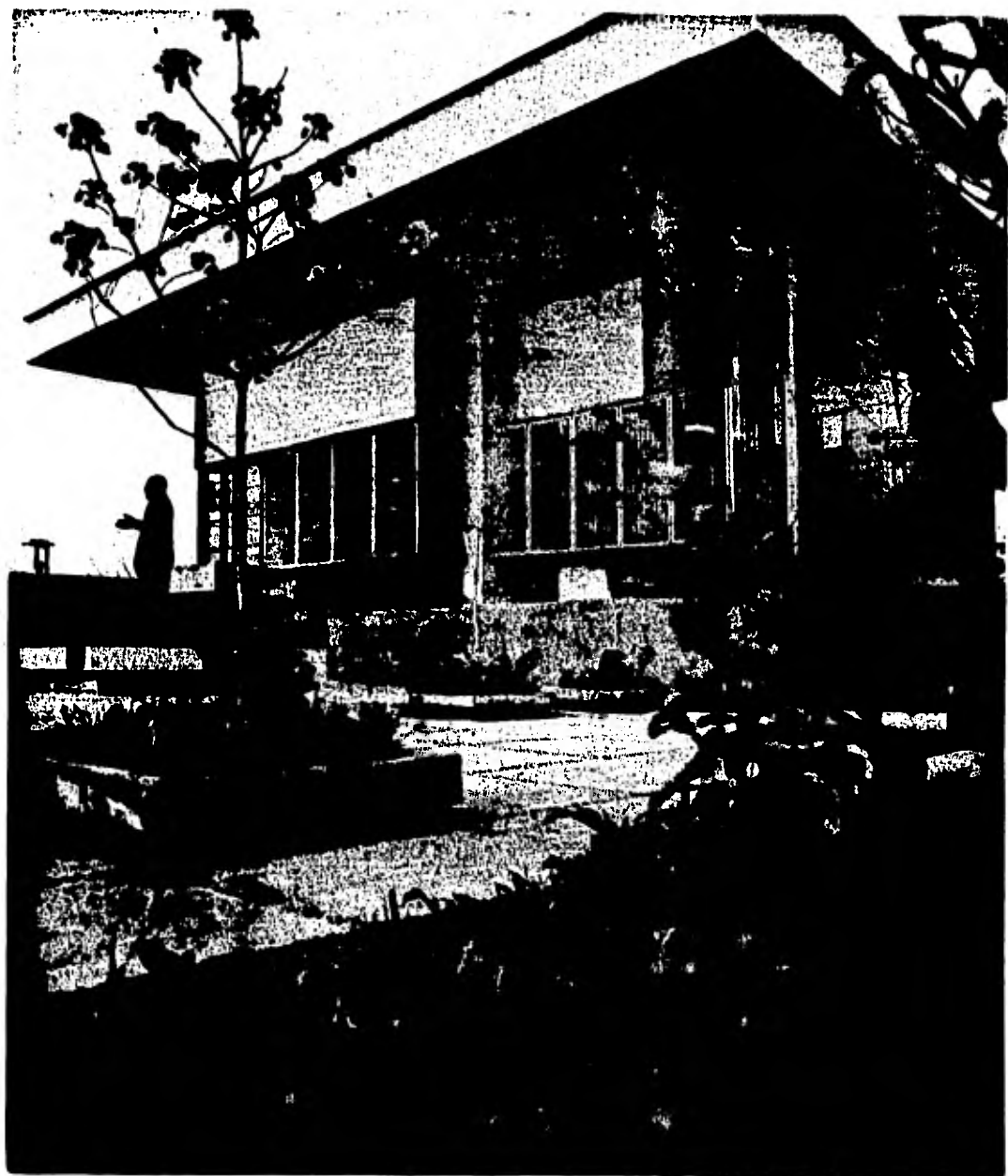
- CICOM (Centro de Investigaciones de las Culturas Olmeca y Maya).- El cual está constituido por el Museo de Antropología e Historia (INAH), zonas de investigación, aulas para cursos, laboratorios, talleres de restauración, talleres de artes, con aulas de enseñanza e investigación, talleres de artes plásticas, danzas, coros, canto e instrumentos musicales.

Servicios turísticos (agencias de viajes, oficina de líneas aéreas, artesanías, comercios, etc.), un teatro con 1,200 butacas e incluye al Museo del Estado.

- Museo Carlos Pellicer Cámara.- Ubicado dentro del CICOM.
- Zona Industrial.- Que se localiza en la salida a la carretera que va -- rumbo al municipio de Centla. Se encuentran las principales industrias y fábricas del Estado.
- Centro de Convivencia Infantil.- Manejado por el DIF del Estado, cuenta con gran cantidad de juegos infantiles, zoológico, aviario y, está rodeado por una vasta vegetación y árboles que tienen su descripción científica.
- Club Hípico.- En donde se realizan competencias de salto y carreras de caballo.
- Plaza de Toros.- Periódicamente se llevan a cabo corridas que atraen - el visitante y a los regionales.

Los atractivos pertenecientes a la Jerarquía IV:

- Ciudad Deportiva.- Que cuenta con instalaciones propias para practicar diversos deportes y cuenta con varios estadios.
- Plaza de Armas.- Aquí se localiza el Palacio de Gobierno y, desde hace muchos años, constituye un área de esparcimiento para los habitantes y visitantes de Villahermosa. El Palacio Legislativo ubicado en este lugar, es un edificio de bella arquitectura y, actualmente esta plaza se encuentra en remodelación, ya que se construyen las oficinas gubernamentales más importantes.
- Lienzo Charro
- Casa de la Cultura
- Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT).- Máxima Casa de Estudios.



8

Museo de Antropología. CICOM. Villahermosa.

Como único recurso de la Jerarquía II, dentro de la ciudad de Villahermosa, se cuenta con la Zona Remodelada, la cuál está constituida por las principales calles del centro de la ciudad, que han sido recientemente pavimentadas con adoquín, motivos coloniales, jaulas con diversos pájaros de la región y, cuenta con un sistema de sonido que reproduce música, casi durante todo el día, además de que diversos grupos de música, ejecutan canciones a diversas horas del día.

Otro recurso de Jerarquía II, lo constituye el Grupo Arqueológico de Comalcalco, ubicado a 86 kms. de Villahermosa.

El Estado de Tabasco, contiene únicamente el 2% de los atractivos registrados en el país, aunque esta participación puede variar, ya que el Inventario Turístico Nacional, aún no ha sido terminado.

Predominan en el Estado, los atractivos naturales, principalmente los del Tipo Playas y Lagunas. Los atractivos culturales, pertenecientes a las cuatro categorías restantes, constituyen en conjunto, el 23% de los atractivos del Estado.

Tabasco no cuenta con ningún atractivo de Jerarquía I y, de los 98 atractivos determinados en base a la clasificación de jerarquías establecidas en el Plan Nacional de Turismo, únicamente 2 atractivos pertenecen a la Jerarquía II, los restantes 28 atractivos son de Jerarquía III, destacando de ellos, numerosas playas, lagunas, grupos arqueológicos y otros atractivos naturales como: manantiales minero-medicinales, grutas y zonas con posibilidades cinegéticas.

De la Jerarquía IV, que está formada en su mayoría por atractivos de los que más dispone el Estado, suman en total 68.

Las "Unidades Turfsticas", constituyen las unidades primarias que conforman el Espacio Turfstico, que en Tabasco, está dividido por cinco Sistemas Turfsticos, los cuáles han sido diseñados por la agrupación de unidades turfsticas que representan las áreas geográficas de las que se parte para el ordenamiento del territorio.

Estos Sistemas Turfsticos son los siguientes:

SISTEMA CENTRO.- Está constituido por la unidad turfstica de Villahermosa, capital del Estado, la cual cuenta con la mayor potencialidad de atractivos.

SISTEMA CHONTALPA.- Está formado por siete municipios: Cárdenas, Nacajuca, Jalpa de Méndez, Cunduacán, Comalcalco, Huimanguillo y Parafso.

SISTEMA DE LA SIERRA.- Se constituye por los municipios de: Teapa, Jalapa, Macuspana y Tacotalpa.

SISTEMA DE LOS RIOS.- Está conformado por los municipios de: Centla, Tenosique, Balancán, Emilliano Zapata y Jonuta.

Actualmente, se ha introducido un nuevo Sistema, denominado -- **SISTEMA OLMECA**, el cuál, para fines de análisis de recursos turfsticos, se encuentra constituido por las unidades turfsticas de: Sánchez Magallanes y La Venta.

En el Plan Nacional de Turismo, se determinó el espacio turfstico de Tabasco, como la zona Chiapas-Tabasco, abarcando el litoral del Golfo de México, desde Frontera, en el municipio de Centla, hasta la Isla del Carmen en el Estado de Campeche, integrando en dicha zona, los sistemas de la Sierra y de los Rios, con la parte norte del Estado de Chiapas.



Museo de La Venta. Villahermosa

El Producto Turfstico, desde el punto de vista de la demanda, puede definirse como: "La unidad de consumo representada por un desplazamiento, desde que se abandona la rutina trabajo-hogar, hasta que se -- vuelve a ella".⁽²⁾

Para que dicho desplazamiento se lleve a cabo, se requieren los siguientes elementos:

- 1) La existencia de un mínimo de facilidades (alojamiento, alimentos y - bebidas, esparcimiento, etc.).
- 2) La posibilidad real de accesibilidad, desde el punto de origen hacia el punto de destino.

Desde el punto de vista de la oferta, los elementos requeridos son:

- 1) Los atractivos turfsticos
- 2) La planta turfstica (Conjunto de empresas productores de bienes y ser vicios para el Turismo) y,
- 3) La infraestructura urbana y de transporte, que hacen posible la accg sibilidad de la demanda, desde su origen, hasta el lugar de ubicación de los atractivos y planta turfstica.

A través del estudio, investigación y análisis realizado por - una empresa consultora, se localizaron en el Estado de Tabasco, un total de 177 productos turfsticos, los cuáles están representados, por su impo g tancia cuantitativa y por su tipo, de la siguiente manera:

- a) NATURALEZA: El 36.2% del total de productos. En esta tipología, se consideraron actividades como: observación de flora, fauna y paisaje, excursionismo, campismo, montañismo, recuperación de la salud y de-- portes (excepto playa y mar).

- b) RECREACION Y DIVERSION: El 15.8%. Llevándose a cabo: visitas a manifestaciones pre-colombinas (museos y similares), visitas a manifestaciones histórico-coloniales, visitas a obras de carácter contemporáneo, visitas a sitios con actividades folklóricas y desarrollo de actividades culturales.
- c) PLAYA Y MAR: El 13.6%. Incluyen: deportes acuáticos y actividades de playa.
- d) COMPRAS Y SERVICIOS: El 6.2%. Se refiere a la adquisición de artesanías, productos nacionales, productos de otros países, servicios profesionales y negocios.

La distribución de productos en los Sistemas, está determinada de la siguiente manera:

El Sistema Centro, cuenta con 22 productos turísticos, de los cuales, predominan los de Recreación y Diversión, Culturales y de Naturaleza.

El Sistema Chontalpa, con 69 productos, predominando los de Playa y Mar y, en segundo término, los de Naturaleza y después los de Recreación y Diversión.

El Sistema Sierra, contiene 41 productos, con un predominio de el producto Naturaleza.

El Sistema de los Ríos, cuenta con 29 productos, distribuidos en forma bastante homogénea.

El Sistema Olmeca, dispone de 10 productos, de los cinco tipos, predominando los de Cultura y los de Naturaleza.

11.1.6.2. MONUMENTOS ARTISTICOS E HISTORICOS.-

Siendo Villahermosa el principal centro concentrador de atractivos para el Turismo, es por tanto, el lugar que cuenta con el mayor número de monumentos artísticos, dedicados a los principales héroes y personajes que han participado en la historia de Tabasco y monumentos artísticos de arquitectura y temas de actualidad.

Los principales monumentos son:

- 1.- ESTATUA ECUESTRE DEL CORONEL GREGORIO MENDEZ.- Situada en la principal avenida, denominada Paseo Tabasco y la de 27 de Febrero, en una glorieta. Construida como ofrenda a su proeza histórica en la contienda contra la invasión francesa, en la Batalla del Jahuactal, en el municipio de Cunduacán.
- 2.- FUENTE DE LOS NIÑOS TRAVIOSOS.- Manifestación actual sobre la inquietud del niño tabasqueño.
- 3.- CATEDRAL DE VILLAHERMOSA.- Construcción estilo corintio, iniciada el 18 de marzo de 1963, aún no terminada. Cuenta con dos torres que miden 75 metros de altura, considerándose la más alta de México.
- 4.- MONUMENTO AL CORONEL ANDRES SANCHEZ MAGALLANES.- En honor al héroe tabasqueño que combatió contra la invasión francesa en la Batalla del Jahuactal, llevada a cabo en el municipio de Cunduacán en 1864.
- 5.- FUENTE MAYA.- Réplica tomada de la serpiente emplumada "Kukulkán" que se encuentra en la Zona Arqueológica Maya de Chichenitzé en Yucatán.
- 6.- MONUMENTO AL GENERAL LAZARO CARDENAS.- Como homenaje al ex-presidente de nuestra nación, durante el sexenio de 1934 a 1939, quién logró la expropiación del petróleo el 18 de marzo de 1938.
- 7.- MONUMENTO A LOS HEROES DE CHAPULTEPEC.- Construido en honor a la

patriótica hazaña de los Niños Héroes, durante la Intervención francesa en México.

8.- MONUMENTO AL ATLETA.- Estatua de un atleta, portando una antorcha olímpica.

9.- MONUMENTO A CARLOS PELLICER CAMARA.- Conocido internacionalmente como "El Poeta de América". Destacado tabasqueño, quien además de sus conocidas poesías y obras literarias, desempeñó importantes cargos públicos. El monumento se encuentra erigido en el Complejo Cultural CICOM (Centro de Investigaciones de las Culturas Olmeca y Maya).

11.1.6.3. FOLKLORE.-

El Folklore, es el conjunto de tradiciones, creencias, costumbres, fiestas, vestidos, alimentos, etc., populares de cada región.

En Tabasco, se siguen practicando diversas costumbres provenientes desde la época de la conquista de los españoles, quienes han influenciado en todo el país, además de las tradiciones que han resultado del aprovechamiento tan específico de los recursos de la región, como lo son los alimentos y bebidas típicas y las artesanías, entre otros.

A continuación, se realiza una descripción de los artículos producidos por los diferentes municipios del Estado, en la cual se incluye e las artesanías y productos alimenticios.

CARDENAS.- En este municipio, se encuentra la "Industrializadora de -- Cacao de Tabasco", que produce los famosos chocolates tabasqueños y que actualmente se venden a varios lugares de la República. También se produce el queso de puerco de mejor calidad en toda la región y los famosos plátanos deshidratados.

CENTLA.- Es lugar famoso por la elaboración de artículos de piel de cocodrillo, culebra, iguanas y garrobos y tiburón, como son: zapatos, bolsas, carteras y cinturones, además de realizar magníficos trabajos al diseñar dichos animales. Con el coco seco, se hacen diversas formas de animales, objetos y caricaturas. También se confaccionan vestidos típicos de la región.

COMALCALCO.- Es principal productor de cacao, el cual se industrializa en Cárdenas, hasta convertirlo en delicioso chocolate. Las ostiones obtenidas en la Laguna de Santa Ana, perteneciente a este municipio, son altamente demandadas.

CENTRO (VILLAHERMOSA).- Aquí se producen, junto con Cárdenas, los riquísimos plátanos deshidratados, el famoso aguardiente "El Zorro", hecho de caña. También quesos y mantequilla y el típico totoposte (tortilla delgadísima y de gran tamaño, hecha de maíz y manteca de cerdo), aunque éste último, es producido en casi todos los municipios del Estado. En el Centro de Readaptación Social, se hacen hamacas y muebles.

JALAPA.- Es famoso por sus dulces típicos de naranja agria y camote, envueltos en hoja seca de maíz, dulces de leche, caramelos de guanábana, - piña, etc. También se producen quesos.

JALPA DE MENDEZ.- Elabora las famosas jícaras labradas, que se obtienen de una fruta llamada jícara, que se deja secar y se le extrae el relleno, secándose, para posteriormente grabarla con diversos motivos: paisajes, dedicaciones y fotografías, que en unas cuantas horas, plasman en ellas, así como en coquitos secos. Los bushes (especie de jícaras de forma alargada), son pintados a mano. En cuanto a alimentos típicos, este municipio se caracteriza principalmente por la producción de butifarras o embutidos. También se hacen sombreros, hechos de palma.

MACUSPANA.- Actualmente, se están haciendo vasijas de barro vidriado y macetas de gran tamaño.

JONUTA.- Produce mantequilla pura de muy buena calidad.

NACAJUCA.- Es el municipio más conocido debido a sus artesanías. Se elaboran sombreros de paja, guiros tallados y modelados en distintas formas, jícaras labradas y principalmente, las famosas tiras bordadas en punto de lomillo, utilizadas para adornar las blusas y vestidos típicos representativos del Estado. También se elaboran butifarras o embutidos, de los cuáles, la más apreciada es la famosa longaniza de la ciudad.

Asimismo, se produce la carne salada de res y puerco, que se deja secar al sol tres o cuatro días y después se envuelve en hojas de yagua (palma).

PARAISO.- La principal producción de ostiones en el Estado la tiene el municipio, en la localidad de Puerto Ceiba, donde se ahúman en concha de coco y se envasan en frascos de vidrio, con el fin de preservar su sabor de origen. En esta localidad, también se elaboran bolsas de mano de palma y manteles pintados. Actualmente en Cupilco, se elaboran figuras de barro.

TACOTALPA.- En este lugar, se elaboran artículos y muebles de mimbre y bejuco, sombreros y bolsas de jipi-japa (paja blanca planchada), muy apreciadas.

TEAPA.- Se caracteriza principalmente por la elaboración de embutidos, principalmente la longaniza. También se elaboran quesos, mantequilla y ricos dulces.

TENOSIQUE.- Se producen zapatos de piel de: lagarto, iguana y culebra, además de otros artículos de la piel de estos animales, que también son disecados. Actualmente, con el chicle industrializado se hacen: canastitas, lagartos y marimbas pequeñas. Además de animalitos de madera. En cuanto a alimentos típicos, se elabora una deliciosa mantequilla pura de crema, pasteurizada y riquísimos quesos. También se elaboran canastitas con vainas de vainilla, famosas por su aroma y diseño.

EMILIANO ZAPATA.- Es famoso por la elaboración de las riquísimas panetillas (panes hechos a base de huevos, tipo bizcocho), también los dulces de pasta, de guanábana, coco, piña, mamey y otras frutas.

11.1.6.4. FERIAS REGIONALES.-

En todo el Estado, se llevan a cabo ferias, ganaderas, agrícolas, industriales, artísticas y religiosas, en las que las diferentes regiones y localidades, exponen sus diversos productos y costumbres, con el fin de vender o pasar ratos de esparcimiento o simplemente con el objeto de conmemorar alguna fecha o acontecimiento memorable. Las fechas de las ferias y festividades de cada municipio, son las siguientes:

BALANCAN	15 al 17 de Diciembre
CARDENAS	3 al 13 de Junio
CENTLA	10 al 12 de Diciembre
COMALCALCO	14 al 17 de Mayo
CUNDUACAN	30 de Abril al 5 de Mayo
HUIMANGUILLO	10 al 17 de Septiembre
JALAPA	26 al 29 de Junio
	24 al 25 de Abril (religiosa)
JALPA DE MENDEZ	27 al 31 de Mayo
JONUTA	15 al 30 de Mayo
MACUSPANA	13 al 15 de Mayo
NACAJUCA	24 de Agosto al 10. de Sept.
PARAISO	6 al 9 de Abril
TEAPA	2 al 5 de Mayo
TACOTALPA	13 al 15 de Agosto
TENOSIQUE	10 al 18 de Septiembre (1a. semana de febrero, Carnaval Indígena)
EMILIANO ZAPATA	18 al 19 de Octubre
VILLAHERMOSA (CENTRO)	Feria y Exposición Regional, Agrícola, Ganadera, Industrial, Comercial y Cultural (EXPOYAB), Anualmente, la última semana de Abril y primeros días de Mayo.

11.1.6.5. BAILE REGIONAL.-

La influencia de España, que dió origen al mestizaje, de donde procede el Fandango, que en Tabasco se denominó Fandangullo, hoy se le conoce como Zapateo y, constituye el baile por excelencia del pueblo tabasqueño, en sus cuatro regiones.

Se acompaña con banda, marimba o la música ejecutada por los tamborileros, que utilizan tambores y pitos o flautas de carrizo.

Las principales piezas que se acostumbre bailar son:

El Tigre, El Pochó, Cojoes y Pochoveras, de Tenosique, Los Pájaros de Nacajuca y, otras no menos conocidas y gustadas como: El Pochitoque Jahuactero, El Toro, La Caña Brava, La Flor del Maíz, Amanecer -- Tabasqueño, etc.

11.1.6.6. TRAJES TIPICOS.-

La bailadora porta falda amplia de percal o zaraza, que termina en olán muy recogido o plegado, al cuál se le llama arandela o guarda polvo. Actualmente se ha estilizado la falda, por una de color azul oscuro con cuatro tiras de diferente color, distribuidas de la rodilla al dobladillo, las cuáles representan las cuatro regiones geográficas del Estado, aunque se sigue utilizando la anterior, que se confecciona con tela fresca, estampada con flores o motivos alegres.

La camisa lleva una tira bordada en punto de lomillo, con colores alegres y variados, dibujos de flores y animales. Es de color blanco y de manga corta. Luce un paliacate rojo prendido en la cintura, en una de sus puntas y lo demás colgando y se utiliza para guardar su dinero o algún objeto pequeño. También lleva rebozo de color chillante.

Se adorna con collares o cadenas, lleva aretes o argollas, todo de colores brillantes y llamativos. Los zapatos de taconcito y -- cerrados.

El hombre usa pantalón y camisa de manga larga, blancos, sombrero de palma, llamado Chontal, paliacate rojo al cuello. Zapatos o botines negros.

Carga al hombro: un morral, machete y una jícara para beber - pozol (bebida hecha a base de maíz y cacao molido).

11.1.6.7. PLATILLOS Y BEBIDAS TÍPICAS.-

Se puede afirmar que en Tabasco, los platillos se han generalizado en todas las regiones de la entidad, aunque su consumo dependerá de la accesibilidad para obtener los productos para elaborar los alimentos y bebidas y, el grado de arraigo que se tenga en cada región, por cada platillo. Los principales son:

a) PLATOS FUERTES Y ACOMPAÑAMIENTOS:

- Carne de Res Salada con Chaya y Plátano Verde
- Carne de Res Salada con Frijol Negro
- Frijol de Carita (blanco y pequeño) con Puerco Salado
- Puerco en Chirmol
- Peje-Lagarto en Chirmol
- Chirmol de Cangrejo
- Gallina en Caldo
- Puchero o Cocido (gran variedad de verduras cocidas y carne)
- Plátano Macho Relleno (picadillo, queso, etc.)
- Tortas de Yuca (fritas y horneadas)
- Torte de Macal
- Plátano Macho Verde, machacado y frito
- Plátano Macho Maduro, frito
- Chanchemitos
- Tamales de: Peje-Lagarto, Chipilín, Frijoles, Carne, Pavo, etc.
- Meneas de Puerco
- Tortuga: en Verde y en Sangre (especies: pochitoque, guao, chiquigao, hícotea)
- Pigue (langostino de río)

- Mondongo en Ajfaco
- Armadillo en Adobo
- Iguanas, garrobos y lagartos en diferentes guisos
- Tepezculntle (en adobo, asado, etc.)
- Conejo
- Pescados: Robalo, Bagre, Cherna, Bobo, Tiburón, etc.
- Mariscos: Camarón y Pigua
- Moluscos: Ostiones (frescas y ahumadas)

b) DULCES Y POSTRES:

- Marquesote (pan de huevo)
- Panetela (pan tipo bizcocho)
- Oreja de Mico
- Chongo
- Turulate
- Suspiros y merengues
- Dulce de naranja agria (envuelto en hoja seca de maíz)
- Dulce de camote con piña
- Pastas de: camote, zapote, guanábana, coco, mango, piña, etc.
- Nance en almíbar
- Dulce de coco con piña
- Dulces de leche
- Caramelos de guanábana y piña
- Patate
- Cocadas
- Chocolate en tablilla
- Malcocha

11.2. EQUIPAMIENTO TURISTICO

11.2.1. OFERTA HOTELERA.-

Con respecto a las cifras que proporciona la hotelería, de la ocupación de los establecimientos de hospedaje, para 1979, se registraron 512,500 arribos. Indicando esta cifra, que como máximo, uno de cada tres visitantes al Estado, utilizó los servicios de alojamiento.

En ese mismo año, se detectó una oferta total de alojamiento de 2,578 habitaciones en 76 establecimientos, en todo el Estado, con una ocupación del 83.3%.

En Villahermosa se observó un 82.3% de ocupación, con 1,715 habitaciones en un total de 37 establecimientos y, en los municipios, la ocupación fué de 84.3%, con un total de 863 habitaciones en 68 establecimientos.

En relación a la ocupación de las diferentes categorías de hoteles, se tiene un promedio general del 97%, para los huéspedes nacionales que visitan el Estado por motivo de Compras y Servicios y, por motivo cultural, representan un 37%.

Para los extranjeros que visitan el Estado, principalmente por motivos Culturales, la ocupación de los hoteles es de 63.0% de promedio general y, únicamente participan con un 3.0% de la ocupación, por motivos de Compras y Servicios.

La evolución de las habitaciones y la ocupación de los establecimientos de hospedaje, se presentó de la manera que lo muestra el cuadro a continuación:

Años	TABASCO		VILLAHERMOSA		MUNICIPIOS	
	Habit.	Ocup.	Habit.	Ocup.	Habit.	Ocup.
1975	1,804	68.3%	1,121	74.4%	689	62.2%
1976	2,006	68.3%	1,166	74.4%	839	62.2%
1977	2,237	73.7%	1,374	73.1%	863	74.2%
1978	2,554	78.8%	1,691	77.7%	863	80.0%
1979	2,578	83.3%	1,715	82.3%	863	84.3%

FUENTE: Consultora Sagal (1979)

La distribución de los hoteles en los municipios, se presenta de la siguiente manera, hasta Septiembre de 1980:

MUNICIPIO	No. DE HOTELES	No. DE CAMAS
Balancán	4	127
Cárdenas	9	348
Centla	4	153
Comalcalco	7	365
Cunduacán	1	10
Emiliano Zapata	6	249
Huimanguillo	4	114
Macuspana	6	148
Teapa	2	96
Tenosique	5	260
Parafso	<u>3</u>	<u>152</u>
TOTAL	51	2,022

FUENTE: Jefatura de Planeación y Estadísticas de la Delegación de Turismo del Estado de Tabasco.

Por categorías de hoteles, el motivo de viaje de los huéspedes, por mercados de origen (nacionales y extranjeros), la participación de los mismos, es la siguiente:

Catego. Hoteles	COMPRAS Y SERVICIOS			CULTURA		
	Nac. %	Extr. %	Partic. Total %	Nac. %	Extr. %	Partic. Total %
AA	95.0	5.0	70.0	30.0	70.0	30.0
A	95.0	5.0	75.0	10.0	90.0	25.0
B	97.0	3.0	68.0	20.0	80.0	32.0
C	100.0	-	95.0	85.0	15.0	5.0
D	100.0	-	97.0	85.0	15.0	3.0
PROMED. GRAL.	97.0	3.0	81.0	37.0	63.0	19.0

FUENTE: Consultora Sagal (1979)

Hasta 1974, la hotelería en Tabasco, se caracterizó por la inexistencia de las categorías AA, A y B, y por un tamaño de establecimientos hoteleros de reducida dimensión.

De 1974 a 1979, la oferta de alojamiento se incrementó a una tasa media del 9.2%, apareciendo las categorías de hoteles tipo AA, A y B, ubicándose exclusivamente en la ciudad de Villahermosa.

El tamaño promedio de los nuevos hoteles, oscila entre 61 y 188 habitaciones, resultando una fuerte concentración de la oferta total del Estado, en Villahermosa (67.0%).

Así, Tabasco cuenta con un total de 2,578 habitaciones, de las cuales 376 corresponden a la categoría AA y pertenecen únicamente a dos hoteles, 121 habitaciones de la categoría A de un solo hotel y 336 habitaciones de la categoría B, distribuidas en cuatro hoteles.

Las restantes categorías, C y D, se distribuyen en Villahermosa y los municipios y, suman un total de 1,715 habitaciones.

La distribución de la oferta de hospedaje por categorías y - tamaño promedio de los establecimientos para 1979, puede observarse a través del siguiente cuadro:

Categ.	<u>TABASCO</u>			<u>VILLAHERMOSA</u>			<u>MUNICIPIOS</u>		
	Habs.	Tam. Prom.	Part. %	Habs.	Tam. Prom.	Part. %	Habs.	Tam. Prom.	Part. %
AA	376	188	14.6	376	188	21.9	-	-	-
A	121	61	4.7	121	61	7.1	-	-	-
B	336	84	13.0	336	84	19.6	-	-	-
C	766	32	29.7	613	36	35.7	153	22	17.7
D	979	22	38.0	269	21	15.7	710	23	82.3
TOTAL	2,578	34	100.0	1.715	45	100.0	863	23	100.0

FUENTE: Consultora Segal (1979)

11.2.2 CAPACIDAD EXTRA-HOTELERA.-

Aún cuando la ocupación de la oferta hotelera se encuentra saturada en casi todo el Estado, no se cuenta con ningún establecimiento que acoja al turista o viajero, como podrían ser: las casas de huéspedes, - albergues, departamentos o casas de alquiler.

Al Estado arriban caravanas provenientes principalmente de los Estados Unidos, las cuales permanecen en un lugar que les es asignado y autorizado por las autoridades pertinentes, pero que carece de los servicios necesarios para un Estacionamiento para Trailers o Casas Rodantes.

11.2.3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.-

El elemento fundamental de la estructura turfstica, es el -- Servicio, el cual se define como: "La organización y personal destinados a satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada". (9)

Los Servicios Complementarios, guardan estrecha relación con - el Turismo y, su existencia puede depender fundamentalmente de dicha actividad, aunque otros, inicialmente fueron establecidos para satisfacer las necesidades de la población local.

Aquellos servicios que dependen del Turismo, son denominados - también Servicios Específicos o Inmediatos y, en Tabasco se cuenta con - los siguientes:

Agencias de Viajes.- Unicamente Villahermosa cuenta con 8 de ellas, pero gracias a la cercanía con los demás municipios, los habitantes de los municipios pueden aprovechar los servicios de estas Agencias.

Tiendas especializadas para el Turismo.- Solamente se cuenta con 5 tiendas de artesanías en Villahermosa, además de las tiendas que existen en los hoteles de categorías superiores, las cuales venden gran variedad de artículos y entre ellos las artesanías.

Casetas de Información Turfstica.- Villahermosa cuenta con 3 casetas, -- distribuidas: una en el Aeropuerto, una en la Zona Remodelada ubicada en el Centro de la ciudad y, el módulo central, localizado en la Delegación Estatal de Turismo.

Auxilio Turfstico.- Se da protección y auxilio a los turistas que utilizan las vías de comunicación terrestre, a través de las carreteras del Estado, por medio de las patrullas conocidas como "Los Angeles Verdes" de -

la Delegación de Turismo, cuyo papel es exclusivamente prestar ayuda, - brindar protección y dar información turística.

Se cuenta con 5 patrullas que recorren las siguientes rutas:

Villahermosa - Palenque, Chiapas

Villahermosa - Cdad. del Carmen, Campeche

Villahermosa - Circuito carretera estatal y federal no. 186

Villahermosa - Acayucan, Veracruz

Villahermosa - Tapilula, Chiapas

Gufas de Turistas.- La Delegación de Turismo puede proporcionar gufas a los turistas cuando éstos lo requieran. Algunos hoteles que ofrecen recorridos a sus huéspedes, también cuentan con sus propios gufas, choferes y transporte para los turistas.

El Estado no cuenta con empresas de Transporte Especializado para el Turismo, sin embargo, existe la posibilidad de rentar automóviles, taxis y autobuses urbanos para efectuar recorridos turísticos.

Entre los Servicios que existen independientemente de la actividad turística y que satisfacen las necesidades de los habitantes del Estado, se cuenta con los siguientes:

Establecimientos de Alimentos y Bebidas.- Villahermosa cuenta con 49 Restaurantes y, distribuidos en los municipios, hay un total de 28 Restaurantes de categoría turística. También se dispone de 20 bares en Villahermosa y, aunque puede considerarse como lugar de recreación, las Discotecas expenden algunos alimentos ligeros y principalmente bebidas. En la capital del Estado hay 4 de ellas y 11 en los municipios.

Arrendadoras de Autos.- Se encuentran localizadas en Villahermosa un total de 8, con sucursales en el Aeropuerto, casi todas ellas.

Debido a la falta de empresas de transportación especializada para el Turismo, es necesario utilizar los servicios de Autobuses urbanos para este fin. Se cuenta en todo el Estado con 4 líneas. Además existen 11 líneas de camiones foráneos que también rentan sus unidades.

De estas líneas, la camionera principal es Autobuses de Oriente (A.D.O.), que cuenta con 35 rutas que abarcan todos los municipios, - con estaciones en: Cárdenas, Macuspana, Ciudad Pemex, Comalcalco, Tenosique, Cunduacán, Parafso, Puerto Celba, Emiliano Zapata y Sánchez Magallanes.

Líneas Aéreas.- Las compañías nacionales Mexicana de Aviación y AeroMéxico, tienen vuelos directos desde Villahermosa a: Mérida, Distrito Federal, Acapulco, Cancún, Oaxaca, Tapachula y Tuxtla Gutiérrez, además de realizar conexiones con las principales ciudades del país y algunas en el extranjero. También se cuenta con una línea local denominada "Transporte Aéreo de Tabasco", que es una cooperativa de transportes que da servicio a pasajeros, por medio de avionetas, hacia todos los municipios del Estado, hacia algunos puntos de Campeche y Veracruz, entre otros.

También una aerolínea privada que cubre la ruta de Cdad. del Carmen, desde Villahermosa.

Otro servicio complementario lo constituyen las Lavanderías, - que se encuentran concentradas en Villahermosa y son 5, además de una sola Tintorería.

Salones de Belleza y Peluquerías.- En Villahermosa existen 15 salas de belleza y 10 peluquerías; en los municipios, por lo menos hay uno de ambos servicios.

Los demás servicios urbanos, se encuentran distribuidos de la siguiente manera, en el Estado:

	Gasolin.	Bancos	Farmacias	Iglesias	Asegurad.	Sitios de automov.	Sanatorios hospitalares	Talleres de automov.	Cines
Balancón	1	3	1	1	-	1	2	1	1
Cárdenas	2	11	14	1	1	1	3	9	2
Centla	1	5	5	1	1	1	1	1	1
Centro	7	21	58	9	20	3	19	68	7
Comalcalco	2	6	16	1	1	2	3	3	4
Cunduacán	1	3	3	1	-	1	1	1	1
Emiliano Zapata	2	5	5	1	1	1	1	1	1
Huimanguillo	2	2	4	1	-	1	1	2	1
Jalapa	1	3	1	1	-	1	1	1	1
Jalpa de Méndez	1	1	2	1	-	1	1	1	1
Jonuta	1	1	2	1	-	1	1	1	1
Macuspana	3	6	7	1	1	1	4	1	2
Nacajuca	1	-	1	1	-	1	1	1	1
Paraíso	2	5	8	1	-	1	2	2	2
Tecotalpa	1	1	2	1	-	1	1	1	2
Teapa	1	6	4	1	1	1	2	2	2
Tenosique	1	6	7	1	1	1	2	2	2
TOTAL	30	86	143	25	26	20	48	100	32

FUENTE: Investigación Directa

11.2.4. INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE.-

11.2.4.1. COMUNICACIONES.-

1) TRANSPORTE VIAL.- La red carretera de Tabasco, está integrada por - 5,644 kms., de los cuales 1,936 kms. son pavimentados; 2,418 kms. reves tidos y 1,289 kms de terracerías. (8)

Los principales troncales que comunican al Estado con otras re giones y entidades, parten de la ciudad de Villahermosa.

El Estado cuenta con las siguientes carreteras:

- a) Villahermosa-Cárdenas-Coatzacoalcos-Acayucan (con desviaciones en - territorio tabasqueño; hacia la zona arqueológica de La Venta, a -- Sánchez Magallanes y al Plan Chontalpa).
- b) Villahermosa-Pichucalco-Tuxtla Gutiérrez (con dirección suroeste; Inte grando a Teapa y Tacotalpa, con un ramal a Jalapa, Macuspana y Cdad. - Pémex en el kilómetro 19).
- c) Villahermosa-Frontera-Cdad. del Carmen; Campeche-Mérida
- d) Villahermosa-Escárcega-Chatumal
- e) Villahermosa-Escárcega-Campeche-Mérida-Valladolid-Cancún (con direc-- ción sur-este, comunicando a los municipios de Macuspana, Emiliano Zg pata, Jonuta, Balancán Plan Balancán-Tenosique y Tenosique).
- f) Villahermosa-Comalcalco-Parafso, por Nacajuca y Jalpa; Cárdenas-Huimanguillo Raudales de Mal Paso (que va de noroeste-suroeste); Cárdenas-Comalcalco-Parafso (que llega a Playa Limón o Puerto Ceiba).

Existen zonas sin carreteras en algunas partes de Cárdenas, en el litoral del Golfo de México, en Huimanguillo, en la parte sur, en casi todo Centla (zone que sufre inundaciones); la parte sur de Tacotalpa y -

el sur de Tenosique, debido a que los terrenos son en gran parte pantanosos y en algunas áreas sinuosos.

Pero en lo que a la infraestructura básica se refiere, ésta satisface la necesidad de intercomunicación de casi todas las cabeceras municipales con las principales localidades del Estado. (8)

2) TRANSPORTE FERROVIARIO.- La entidad cuenta con un total de 300 kms. - de vías férreas, que cruzan por las partes sur y sureste. En las proximidades de la Sierra, tiene 17 estaciones; 3 con vías de público y 8 embarcaderos de ganado.

El kilometraje de vías férreas está distribuido de la siguiente manera:

HUIMANGUILLO	85 kms.
TEAPA	22 kms.
TACOTALPA	33 kms.
MACUSPANA	15 kms.
EMILIANO ZAPATA	12 kms.
TENOSIQUE	89 kms.
BALANCAN	44 kms.

Debido a que Teapa y Tenosique son los principales centros ferroviarios, "Ferrocarriles Unidos del Sureste", les proporciona fundamentalmente, servicios de transportación de carga, siendo el movimiento de pasajeros, el de menor importancia.

Las carreteras más importantes que tienen comunicación con el ferrocarril son:

- Bellote-Malpaso
- Villahermosa-Teapa-Tacotalpa
- Los ramales que parten de la carretera Villahermosa-Escárcega e integran a Macuspana, Jonuta y Emiliano Zapata.

La poca penetración de la red ferroviaria, implica un mejor aprovechamiento del ferrocarril, desperdiciando sus ventajas.

3) TRANSPORTE MARITIMO.- El Estado dispone de un solo puerto de cabotaje, ubicado en Frontera, que es cabecera del municipio de Centla y, en la actualidad no es explotado el potencial de este servicio.

El puerto cuenta con 12 escolleras y con un muelle de cabotaje de 300 mts. de longitud por 8 mts. de profundidad, con una capacidad de carga de 5 tons. por m² y otro muelle de Pemex, con menos de 28.4 mts. de longitud por 2.5 mts. de profundidad, con una capacidad de carga de 3 tons. por m² (8)

4) TRANSPORTE FLUVIAL.- Todo el Estado de Tabasco, cuenta con una red de comunicación fluvial, de aproximadamente 10,000 kms. de longitud, que con la construcción de carreteras y la casi inutilización de los puertos, que, a bajo costo, permitiría un mayor tránsito hacia las zonas a las cuales solo es posible llegar por agua.

5) TRANSPORTE AEREO.- Tabasco cuenta con un solo Aeropuerto, que es el "C.P.A. Carlos Rovirosa Pérez", ubicado en la localidad de "Dos Montes", a 12 kilómetros de la ciudad de Villahermosa.

Este Aeropuerto dispone de una sola pista de aterrizaje, construida de concreto hidráulico y cuenta con el instrumental necesario para realizar 3 operaciones simultáneas.

Sin embargo, casi todas las cabeceras municipales (22 en total), tienen pistas de terracería que permiten el arribo de avionetas tipo C-180.

También se cuenta con 5 pistas asfaltadas: en Cárdenas (dos), San Pedro Balancán (dos) y Ciudad Pemex (una), las cuales están en posibilidad de recibir aparatos tipo C-411.

6) TELECOMUNICACIONES.-

- Comunicaciones Eléctricas.- El Estado tiene un total de 67 Agencias y 12 oficinas subalternas de teléfonos. Hasta 1979 contaba con 13,525 - líneas en servicio, que beneficiaban a 79 localidades, abarcando los 17 municipios de la entidad.

El Servicio Telegráfico opera en la misma forma, contando con - 39 oficinas telegráficas y 11 canales de Télex.

7) CORREOS.- Funcionan en la entidad 39 oficinas de correos; 17 admnistraciones foráneas y 20 agencias foráneas.

8) RADIODIFUSORAS Y TELEVISION.- Se cuenta con 11 estaciones radiodifusoras, de las cuales: 6 se encuentran en Villahermosa, 1 en Cárdenas, 1 en Comalcalco, 1 en Huimanguillo, 1 en Macuspana y 1 en Tenosique. Una terminal se encuentra en Villahermosa y existen 5 estaciones repetidoras.

Los canales de televisión que se captan de la Ciudad de México son: el canal 13 y localmente el 2,5 y Televisión Rural de México.

9) ESTACIONES DE MICROONDAS.- Se dispone de 6 estaciones de microondas: una en Balancán, 2 en Cárdenas, 2 en el Centro y 1 en Macuspana.

10) TRANSPORTE FORANEO.- Existen 18 líneas federales y 2 estatales para el transporte de pasajeros.

11) TRANSPORTE URBANO.- Se cuenta con 9 autobuses de primera clase y - 117 autobuses de segunda clase, con 12 rutas.

11.2.4.2. ASENTAMIENTOS HUMANOS.-

A partir de 1950, el Estado de Tabasco pudo integrarse más al resto del país a través de sus actividades económicas, gracias a la construcción del Ferrocarril del Sureste, las obras hidro-eléctricas de Malpa^{so} y a la construcción de la carretera federal.

Desde 1960, se inició, con el auge petrolero, una fase del crecimiento estatal que alcanzó un nivel de primacía en el país. Desde esas fechas el crecimiento de las ciudades se aceleró. Cárdenas aumentó un 100% su población en diez años y Comalcalco y Villahermosa se expandieron en forma acelerada.

Las exploraciones petroleras en Macuspana y Huimanguillo, hicieron crecer explosivamente las poblaciones de La Venta y Villa Benito Juárez y dieron origen a la fundación de Ciudad Pemex; la explotación de -- nuevos mantos impulsó a Villahermosa a satisfacer las demandas de bienes y servicios para los operarios de la empresa petrolera y de su aparato administrativo, a la vez de ser la receptora principal de las corrientes migratorias de población.

En el período de 1970 a 1977, se registraron cambios sustanciales en la magnitud de la población. Durante ese período, creció de 778 mil habitantes a 1,299,000. De esta cifra, 275 mil 914 corresponden -- al aumento natural que representa el 64% y 155 mil 759, o sea el 30%, -- corresponden a la inmigración.

La ciudad de Villahermosa en los últimos 8 años, ha tenido una tasa de crecimiento de 7.3% anual. En 1970 concentraba el 12% de la -- población total del Estado, en 1974 representaba el 20.4% y, actualmente alberga el 22%, lo que significa una población superior a los 200 mil habitantes.

Cerca del 66.5% de la población está concentrada en la región - del Centro y en la de la Chontalpa, que en su conjunto abarcan 8 municipios; el 33% complementario se reparte entre los 9 municipios restantes, - que integran las regiones de la Sierra y de los Ríos.

De acuerdo con la actual tendencia, se estima que para 1982, - Tabasco habrá alcanzado una población total de 1,322,608 habitantes y -- que esta densidad habrá cambiado de 58 habitantes por kilómetro cuadrado, en 1978, a 69 habitantes por kilómetro cuadrado.

Así, mientras que el 34% se concentrará en los Municipios de -- Centro y Cárdenas, en Cunduacán y Huimanguillo se concentrará el 23 % y el otro 43%, se distribuirá en 13 Municipios, lo que significa que para 1982, el 57 % se concentrará en solamente cuatro Municipios.

En relación al desarrollo de la actividad turística, en el Estado, la carencia de servicios públicos en la estructura rural y el marcado déficit en la estructura urbana, han provocado que los desplazamientos - hacia los lugares que cuentan con recursos que podrían ser utilizados como atractivos turísticos, no sean aprovechados adecuadamente y, los beneficios que se obtienen de la realización del Turismo, no participan en el desarrollo socio-económico del Estado.

11.2.4.3. AGUA POTABLE.-

Hasta 1978, del total de la población estatal, la cual ascendía a 1,086,442 personas, se proporcionaba el servicio de Agua Potable - al 39.5% de dicha población, careciendo de este servicio: 656,976 personas que, constituyen el 60.5% restante. Sin embargo, por lo menos todas las cabeceras municipales, gozan de agua potable; proveniente de pozos algunas de ellas o de los ríos más cercanos.

La disponibilidad de agua potable en el Estado, puede observarse en el cuadro que se presenta a continuación:

DISPONIBILIDAD DE AGUA POTABLE

SUB-REGION MUNICIPIO.	DISTRIB. ML. COND.	POBLACION	POBLACION SERVIDA	%
1.- Centro	189,334	290,752	165,272	56.8
2.- Chontalpa				
Cárdenas	27,060	112,363	45,629	40.6
Comalcalco	10,599	93,240	39,467	42.3
Cunduacán	5,658	57,591	19,781	34.3
Huimanguillo	15,340	96,214	48,930	50.8
Jalpa de M.	18,546	35,167	30,105	46.8
*Nacajuca				
Parafso	11,570	39,105	13,936	35.6
3.- Sierra				
Jalapa	5,547	20,285	4,040	19.9
Macuspana	4,089	89,864	13,321	14.8
Tacotalpa	3,000	25,400	7,112	28.0
Teapa	16,730	26,900	13,594	50.3
4.- Ríos				
Balancán	5,268	40,359	13,255	32.8
Centla	14,409	49,917	15,548	31.2
E. Zapata	14,430	15,090	7,629	50.5
Jonuta	5,424	17,404	2,597	14.3
Tenosique	11,706	45,652	8,246	18.1

* Jalpa y Nacajuca integran un solo sistema

FUENTE: Plan Sectorial de Asentamientos Humanos. Coprodet. (1980).

11.2.4.4. ELECTRIFICACION.-

Aunque no todas las poblaciones y localidades del Estado cuentan con servicios de energía eléctrica, por lo menos las cabeceras municipales, sí disponen de ella.

La distribución y alcance de este servicio, se presenta de la siguiente manera:

SUBREGION MUNICIPIO	PORCIENTO DEL TOTAL DE LA POBLAC.
1.- Centro	90.1
2.- Chontalpa	40.5
Cárdenas	60.7
Comalcalco	52.7
Cunduacán	93.0
Jaipa de Méndez	93.2
Nacajuca	90.0
Huimanguillo	19.2
Paraiso	50.7
3.- Sierra	46.1
Jalapa	47.2
Macuspana	44.2
Tacotalpa	27.6
Teapa	70.3
4.- Rfos	42.2
Balancán	41.1
Centla	39.0
Emiliano Zapata	99.0
Jonuta	40.5
Tenosique	44.5

FUENTE: Plan Sectorial de Asentamientos Humanos. Coprodet. (1980).

11.3. SITUACION ACTUAL DE LA ACTIVIDAD TURISTICA.-

Es ya sabido que la arqueología, es el interés principal de la visita al Estado de Tabasco, debido a su situación geográfica y a sus redes de comunicación, pues, además de sus recursos propios y al gran número de visitantes que llegan al Estado por las actividades que se relacionan con los descubrimientos y explotación de los mantos petrolíferos, representa el acceso más práctico, a partir de Villahermosa, su ciudad capital, hacia el Estado de Chiapas, que recibe numerosas visitas a las zonas arqueológicas de Palenque, Yaxchilán y Bonampak y, es también paso obligatorio por carretera, hacia los Estados de Campeche, Yucatán y Quintana Roo.

La explotación petrolera ha creado un crecimiento "artificial" acelerado del sector, dado el alto volumen de visitantes que por ese motivo llegan al Estado y, la escasez de la vivienda, ha traído consigo la utilización de la planta turística para este fin. Situación que se prevee, será satisfecha a mediano plazo, por lo que el Sector Turismo deberá utilizar la planta construida y efectuar las promociones, diversificaciones de la oferta, fomento de actividades, etc., para lograr que la entidad no se convierta en una plaza de negocios, sino una región turística que ofrezca los atractivos, servicios y facilidades necesarias para atraer, retener y, sobre todo, lograr la venta repetitiva al turista, tanto nacional como internacional.

11.3.1. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.-

El comportamiento de la demanda, tiene una estrecha relación con la situación de la infraestructura para el transporte, siendo los flujos más importantes, los demandantes que se desplazan por la vía terrestre, específicamente a través de las carreteras federales que unen a Coatzacoalcos, Veracruz con Villahermosa y, las carreteras que unen a Villahermosa con la Península de Yucatán, con Campeche y con Chiapas.

Villahermosa se determina como el único gran concentrador de demanda en el Estado, debido a su situación geográfica respecto a la red de carreteras y a que cuenta con el único aeropuerto de alcance nacional en toda la Entidad.

Los tipos de demanda, pueden dividirse de acuerdo con el lugar de residencia habitual de los demandantes (Clasificación realizada por Consultora Sagal):

DEMANDA EXTERNA:

1) Nacional:

- Regional
- Del interior

2) Internacional

- Continental
- Intercontinental

DEMANDA INTERNA:

1) Local

2) Interlocal

El Turismo característico de Tabasco, está compuesto en promedio, por un 77% nacional y un 23% extranjero.

11.3.1.1. PERFILES DE LA DEMANDA:

1) El segmento de mercado de mayor importancia cuantitativa para Tabasco, es el de visitas por Compras y Servicios, en particular el de Negocios.

Y constituye el 89.0% del total de huéspedes de la hotelería en el Estado.

En este segmento, predominan los visitantes nacionales, siendo sus principales orígenes: la Cdad. de México, Guadalajara, Puebla y Monterrey y, fundamentalmente de Coahuila de Zaragoza, Minatitlán, Mérida y Cdad. del Carmen.

Este tipo de visitantes presenta una afluencia regular durante todo el año, sin observar estacionalidades importantes. El desplazamiento lo realiza por vía terrestre, con una estancia no mayor de dos días, aunque la vía aérea, observa un importante número de visitas, siendo principalmente realizadas por hombres de negocios que llegan en los primeros vuelos de la mañana y regresan a su ciudad de origen en los vuelos de la noche.

En caso de alojarse, utilizan cualquier categoría de hospedaje, detectándose una preferencia por los alojamientos de las categorías AA, A y B. También se observe una fuerte tendencia al consumo de servicios de alimentos y bebidas y esparcimiento o diversión, en el interior de los hoteles.

Generalmente utiliza el servicio de reservaciones de habitaciones y boletaje para la transportación aérea, en agencias de viajes.

También utiliza intensamente el servicio de automóviles re
ntados.

2) El segundo segmento de mercado, es el de visitantes Culturales, que principalmente proceden de Europa (Alemania, Francia e Inglaterra) y - en menor medida, de Norteamérica (Estados Unidos y Canadá). También se incluyen visitantes de origen nacional, principalmente procedentes de la Cdad. de México.

Predominan en su comportamiento, los recorridos rgidos en - el Estado, especialmente entre Villahermosa y Palenque, visitando ocasionalmente el municipio de Balancán, ubicado en el Sistema de los -- Rfos y el municipio de Comalcalco, en el Sistema de la Chontalpa.

Su estancia se reduce a visitas de una noche y dos días, observándose una estacionalidad marcada en dos temporadas del año, correspondientes a las vacaciones del Hemisferio Norte, en verano (Julio y - Agosto) e invierno (Diciembre y Mayo).

Utilizan principalmente la transportación aérea para arribar al Estado, combinando con el transporte terrestre, específicamente el autobús.

Se observa una preferencia por los hoteles de categorías superiores, aunque no de lujo, prefiriendo los establecimientos que cuentan con servicios de restaurant y bar.

El funcionamiento actual de la demanda en Tabasco, se caracteriza por una casi absoluta concentración turística en Villahermosa, debido al desarrollo desarmónico de los productos turísticos, a su calidad de ciudad capital y por consiguiente, representa el lugar que se encuentra dotado de mayor infraestructura urbana y turística.

11.3.2. ORIGEN Y DESTINO DE LA DEMANDA.-

Los mercados más importantes de origen de la demanda de visitantes a Tabasco son:

a) A Nivel Nacional:

- 1.- La Ciudad de México, participando con un 72.9% de la transportación terrestre.
- 2.- El Estado de Veracruz, con 51.2% por vía terrestre.
- 3.- El Estado de Yucatán, participando con 12.9% por transporte aéreo y 7.0% por vía terrestre.
- 4.- El Estado de Quintana Roo, con 4.6% por vía terrestre.
- 5.- El Estado de Campeche, con 4.6% por vía terrestre.
- 6.- El Estado de Chiapas, participando con 7.0% por vía aérea, principalmente proviniendo de Tuxtla Gutiérrez.
- 7.- Otros: Oaxaca, Tapachula, Acapulco y Minatitlán principalmente, participando con 7.2% por vía aérea y 2.0% a través de transportación terrestre.

b) A Nivel Internacional: Los principales países emisores de Turistas:

Europeos: Alemania, Francia, Inglaterra y Holanda.

No Europeos: Estados Unidos, Canadá, Japón y otros.

El segmento de mercado de demanda nacional, es principalmente el que visita Tabasco, por el producto de Compras y Servicios, especialmente por el Sub-producto Negocios, que generalmente se deriva de la actividad petrolera. Este segmento tiene como principal destino, la ciudad de Villahermosa, de la cual se llevan a cabo algunos desplazamientos

hacia los municipios de Cárdenas, Macuspana y Cdad. Pemex.

El segmento que visita Tabasco por el producto Recreación-Diversión, se concentra exclusivamente en la ciudad de Villahermosa.

Y el segmento cuyo interés es el producto de Compras y Servicios, es el que ha alcanzado mayor desarrollo y tiene como destino: las principales concentraciones urbanas del Estado.

11.3.3. MEDIOS DE ARRIBO.-

El principal medio de arribo utilizado por los visitantes al Estado de Tabasco, es el vehículo terrestre, bien sea a través de autobús o automóvil propio, siguiéndole en orden de importancia, el avión.

a) Transporte Terrestre.- La oferta de asientos de esta transportación fué en 1979 de 2.1 millones, siendo utilizada en un 65% por la demanda de visitantes al Estado.

Se pueden utilizar las líneas de camiones:

- Autobuses de Oriente (A.D.O.)
- Autobuses Unidos
- Autobuses Cristóbal Colón

También a través del Ferrocarril del Sureste, que llega a la estación de Teapa y Tenosique (municipios del Estado).

b) Transporte Aéreo.- Para 1979, la oferta de asientos aéreos, tanto en ruta, como directos a Tabasco, alcanzó la cifra de 307.5 miles de pasajeros, de los cuáles el 51.5% fué ocupado por visitantes al Estado.

Las líneas aéreas nacionales: Mexicana de Aviación y AeroMéxico, cuentan con diversos vuelos con destino en el Aeropuerto de Villahermosa, desde diversos puntos de la República (Acapulco, México, Mérida, Cancún, Tuxtla Gutiérrez, Tapachula, Minatitlán y Oaxaca), con frecuencias diarias y semanales.

El transporte terrestre utilizado, representa un 88.2% de los visitantes al Estado, aunque esta cifra se puede considerar mayor, ya que no incluye a los pasajeros transportados por las líneas de segunda clase

y servicio mixto, ni a los que llegan por ferrocarril y automóvil.

Por su parte, el transporte aéreo constituye el restante 11.8% de los visitantes a Tabasco.

11.3.4. ESTANCIA PROMEDIO.-

Existen dos tipos de visitantes primordiales, atendiendo al --
motivo de su visita:

1.- Siendo el segmento de mercado de mayor importancia, el que visita Ta
basco por Compras y Servicios, aquellos que se desplazan por vfa terres-
tre, tienen, en general, una estancia no mayor de 2 días.

Los visitantes que viajan por vfa aérea, muestran estancias de
tres a quince días, provocando que un 10% de la oferta de alojamiento en
el Estado, se encuentre permanentemente bloqueada. Sin embargo, gran -
número de visitantes que arriban por este transporte, llegan en los pri-
meros vuelos de la mañana y regresan el mismo día a su ciudad de origen,
en los vuelos nocturnos.

2.- El segmento de mercado de visitantes Culturales, quienes en su mayg
rfa proceden de Europa y NorteAmérica (extranjeros) y de la Ciudad de
México (nacionales), han presentado una estancia muy reducida, predomi-
nando las visitas de una noche y dos días, a excepción de aquellos que
combinan la Cultura con la Aventura y el mercado norteamericano, que --
arriban al Estado en caravanas.

11.3.5. GASTO PROMEDIO.-

El gasto per cápita de los visitantes-huéspedes, es de un promedio de \$ 587.00 (pesos), diarios.

Este gasto incluye los consumos de: hospedaje, alimentos y bebidas, transporte local y otros gastos menores.

Se encuentra distribuido de la siguiente manera:

CATEGORIA HOTEL	HOSPEDAJE	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TRANSPORTE LOCAL	OTROS	TOTAL
AA	\$ 658	\$ 310	\$ 75	\$ 94	\$ 1,137
A	550	220	75	86	931
B	355	180	60	70	665
C	257	165	40	63	525
D	145	135	20	55	355
GASTO PROMEDIO PONDERADO:					\$ 587

FUENTE: Consultora Sagel (1979).

Para el segmento de visitantes Culturales que utilizan paquetes o excursiones, el gasto per cápita de este nivel es mucho más amplio: asciende a \$ 987.00 (pesos) diarios.

Los visitantes a Tabasco que no pernoctan, tienen un gasto diario per cápita en un promedio de \$ 200.00 (pesos), sin incluir los gastos de -transportación al Estado.

El gasto total del conjunto de visitantes y huéspedes al Estado, durante 1979, se estima en aproximadamente de \$ 1,000 millones de pesos.

11.3.6. EMPLEOS GENERADOS POR LA ACTIVIDAD TURISTICA.-

Para 1978, el Sector Turismo, generó 5,386 empleos, siendo - las empresas que mayor número de empleados requirieron, las de hospedaje, con un total de 2,270 y, las de alimentos y bebidas con 1,877 em--pleos. Se estimó que, del gasto total del turista, se destinaron a --sueldos y salarios \$ 415 millones de pesos, a través de las empresas de servicio y comerciales que directamente lo reciben. ⁽²⁸⁾

Durante 1979, se estimó que 5,900 cabezas de familia estuvieron empleadas en la hotelería y 3,486 personas empleadas en los demás servicios necesarios para el desarrollo de la actividad turfstica (agencias de viajes, restaurantes, arrendadoras de autos, transportes, etc.).

El total de empleos generados por esta actividad, representó - un 6.9% de la población ocupada en el Sector Servicios. ⁽²⁸⁾

11.3.7. AFLUENCIA TURISTICA.-

Para 1979, se estimó un volúmen equivalente a los 1,533,400 - visitantes directos a Tabasco, de los cuáles el 11.8% (180,500 personas) viajaron por transporte aéreo y 88.2% (1,352,900 personas) viajaron por transportes terrestres.

La afluencia de visitantes aéreos a Tabasco, no presenta una - marcada estacionalidad, los únicos picos estacionales de alta afluencia se observan en los meses de Julio, Agosto y Diciembre, siendo la razón - primordial, que la demanda de dichos transportes, se debe a los perfodos vacacionales de verano e invierno.

ESTACIONALIDAD DE LOS VISITANTES AEREOS
(1974-1979)

MESES	1974	1975	1976	1977	1978	1979	Indice de Est. 74-79
ENERO	3,878	5,805	6,834	6,708	10,260	13,671	81.0
FEBRERO	4,160	5,371	7,220	6,801	11,412	14,202	85.7
MARZO	4,508	6,020	8,728	8,462	12,027	16,274	97.8
ABRIL	4,162	6,322	8,849	8,955	12,923	14,747	98.0
MAYO	4,860	6,374	8,829	8,914	13,014	15,193	101.0
JUNIO	3,745	5,765	7,306	7,418	11,447	14,265	86.7
JULIO	4,999	7,746	8,904	10,374	13,829	17,646	111.5
AGOSTO	6,301	8,224	10,267	11,312	15,132	17,513	123.2
SEPTIEMBRE	4,521	7,294	6,902	9,143	11,009	14,327	94.8
OCTUBRE	5,575	7,249	8,500	10,465	7,605	16,075	101.2
NOVIEMBRE	5,705	7,680	8,013	9,743	12,869	9,821	100.7
DICIEMBRE	6,119	8,968	8,509	11,941	12,970	16,748	118.0
TOTAL ANUAL	58,533	82,098	98,861	110,236	144,317	180,464	

FUENTE: Mexicana y Aeroméxico. Elaborado por Consultora Sagal. (1979).

Del total de vuelos que tienen como destino o escala el Estado de Tabasco, participaron en 1979, los siguientes Estados:

MEXICO	131.5 (miles)	72.9% (participación)
MERIDA	23.3 "	12.9 "
TUXTLA GTZ.	12.6 "	7.0 "
*OTROS	13.0 "	7.2 "

* Otros: Oaxaca, Tapachula, Acapulco y Minatitlán.

FUENTE: Aeroméxico y Mexicana de Aviación. Elaborado por Consultora Sagal.

En relación al total de visitantes terrestres que visitan Tabasco, participan los siguientes Estados:

MEXICO	408.6 (miles)	30.2% (particip.)
VERACRUZ	692.7 "	51.2 "
YUCATAN	94.7 "	7.0 "
QUINTANA ROO	67.6 "	5.0 "
CAMPECHE	62.2 "	4.6 "
OTROS	27.1 "	2.0 "

Estas cifras se obtuvieron de datos provenientes de Autobuses de Oriente (A.D.O.), línea de camiones que participa con 55% del total de pasajeros transportados a Tabasco.

El restante 45%, le corresponde a las líneas: Autobuses Unidos y Cristóbal Colón.

No se incluyen visitantes al Estado, que llegan por automóvil - por lo que la cifra será mayor a las 1,352,900 personas.



CABEZA OLMECA, MUSEO DE LA VENTA, VILLAHERMOSA

CAPITULO III

TURISMO SOCIAL

CAPITULO III

TURISMO SOCIAL

III.1. MARCO EVOLUTIVO DEL TURISMO SOCIAL

III.1.1. ANTECEDENTES EN EL MUNDO.-

A partir de la Revolución Industrial, los empleados y funcionarios de la clase media, comenzaron a organizarse para disfrutar del descanso y para formar la principal sociedad laboral: el Sindicato.

En los comienzos del Siglo XIX, tuvieron lugar las primeras luchas organizadas para la reglamentación de las relaciones obrero-patronales.

En 1876, en Alemania se propugna por una jornada de trabajo de ocho horas y, el primero de mayo del mismo año, en Chicago, Ill., se inició una huelga para lograr este fin.

Hacia 1910, en Austria, aparece por primera vez la prestación social de vacaciones pagadas para el trabajador. Sin embargo, no es sino hasta el año de 1941, cuando las vacaciones pagadas se institucionalizan en forma jurídica.

Gracias a los logros obtenidos por los trabajadores respecto al establecimiento de un día de descanso a la semana y de la jornada de trabajo de 8 horas al día y las vacaciones pagadas, se inicia la democratización del Turismo y, como consecuencia, se empiezan a construir, desde centros turísticos, hasta pequeñas estaciones de veraneo.

Pero es hasta los años '50, cuando se implanta el concepto de -- que las vacaciones no deben representar un lujo para el trabajador, sino -

una necesidad físico-mental que, a su vez proporcione: descanso, diversión y desarrollo personal.

Durante la época comprendida entre las dos guerras mundiales, - surgieron en Europa, algunas organizaciones especializadas en la promo-- ción del Turismo para las masas, incluyendo dentro de sus actividades, - el tratar de ordenar el tiempo libre y ofrecer un "cuadro de actividades con las cuáles se irfan llenando las vacaciones". (9) Estas organiza-- ciones se iniciaron en países que practican los regímenes socialistas y en los países escandinavos, en Inglaterra, Francia y en Bélgica.

Solfan ser asociaciones públicas, auspiciadas por las centra-- les sindicales por un lado y, por otra parte, florecieron las asociacio-- nes turfsticas juveniles y escolares.

El fin de la guerra, motivó a la juventud europea a conocer y vivir directamente la experiencia de una Europa sin fronteras y sin dis-- criminationes. Y estos movimientos provocaron que, a nivel mundial -- aparecieran las asociaciones e instituciones que se dedicaban a promover viajes individuales o en grupos, dirigidos ya no a los trabajadores exclu-- sivamente, sino que ampliaron su radio de acción, haciendo accesible el - disfrute de los bienes turfsticos, a un nuevo y gran número de grupos so-- ciales.

Los principales países iniciadores del Turismo Social, son:

1.- BELGICA.- Ha sido un país de gran tradición en el Turismo Social y - ha contado para su realización, con la institución denominada "Consejo - Superior de Vacaciones Obreras y Turismo Popular", que tiene como funcio-- nes principales, las de estudiar e informar las actividades turfsticas de

carácter popular que conviene desarrollar y, se encarga de la creación y mantenimiento de centros vacacionales.

Además, la "Agence de Tourisme Populaire", es la sección de viajes de una organización no lucrativa ("Vacances et Sante"), que fué creada para promover la educación popular, estimulando los viajes de los trabajadores. Otra organización similar es "Vacances et Loisirs", que es una asociación de turismo popular que depende de la confederación de los sindicatos cristianos.

2.- DINAMARCA.- Este país fundó el "Consejo de Vacaciones Para Protección y Promoción del Turismo Social", que depende del Ministerio Social y se financia a través de Bonos de Turismo.

En 1939, se creó "Vacaciones Populares", por decisión de las organizaciones obreras del país. Su objeto fué, promover y utilizar -- apropiadamente las vacaciones. Recibe subvenciones de un "Fondo de Vacaciones", perteneciente al Estado.

3.- FRANCIA.- Cuenta con numerosos organismos que hacen Turismo Social, siendo aquellos que no tienen fin lucrativo, principalmente los Sindicatos y, el Sector Privado, que sí busca fines lucrativos.

El Estado favorece las actividades dirigidas para realizar este tipo de Turismo, de modo descentralizado.

Al finalizar la guerra en 1945, se creó una de las organizaciones más importantes: "Tourisme et Travail", la cuál pretende que, las actividades turísticas de los trabajadores, sean obra exclusiva de ellos mismos. Funciona también una "Caja Nacional de Vacaciones", creada en 1948, la cuál sigue el ejemplo de la Caja Suiza, al utilizar el sistema -

de ahorro mediante la compra de sellos, que dan derecho a pagar servicios turísticos y un descuento del 5%.

4.- SUIZA.- Esta nación, ha sido la que más ha fomentado la realización del Turismo Social, apoyado en numerosas organizaciones, siendo la principal la conocida como la "Caja Suiza de Viajes", fundada en 1939 como sociedad cooperativa de utilidad pública, cuya finalidad no lucrativa, es promover las vacaciones y los viajes, principalmente de las clases modestas.

Sus actividades principales son: a) la venta de sellos de viaje para ahorrar y pagar las vacaciones, b) la promoción de viajes, el uso de alojamientos especiales y en general la reducción en el costo de los servicios turísticos y, c) la información más completa de las actividades de los prestadores de servicios turísticos en general.

5.- SUECIA.- Cuenta con un gran número de organizaciones privadas dedicadas al Turismo Social. El Estado actúa a través de un Organismo Coordinador y Asesor de Vacaciones y Tiempos Libres y, ambas reciben ayuda de los fondos obtenidos de quinielas de fútbol y otras subvenciones.

En 1937, se fundó la "Organización de Viajes y Vacaciones de los Movimientos Populares", la cual, a raíz del establecimiento del sistema de vacaciones pagadas (1938), se hizo cargo de la organización y el desarrollo de amplios planes de viajes para los trabajadores.

Actualmente, posee grandes cadenas de hoteles y residencias turísticas en toda Europa.

6.- NORUEGA.- La administración del Estado, actúa de modo indirecto, promoviendo y financiando el Turismo doméstico que se lleva a cabo a través del Ministerio de lo Social y del Trabajo, el cual se interesa por el abaratamiento de viajes, estancia y medio de transporte, facilitando el ahorro para el Turismo Social.

7.- INGLATERRA.- Posee una de las organizaciones más antiguas, denominada "Cooperative Holiday Association", fundada a comienzos del siglo.

No es lucrativa y su fin es promover las actividades al aire libre, publicando dos programas anuales: a) uno de vacaciones en Inglaterra y, b) otro de vacaciones en el continente. Aunque la "Workers -- Travel Association", fundada en 1921, es la más importante. Funciona como agencia de viajes, tratando de obtener la máxima eficiencia al mínimo costo.

8.- FINLANDIA.- Cuenta con la "Asociación de Vacaciones", creada en --- 1941, por iniciativa de numerosas organizaciones de trabajadores. Entre otras, están: "Asociación de Viajes para Trabajadores" y la "Oficina de Viajes Populares".

9.- ITALIA.- A través del Departamento de Turismo Social del "Ente Nacional para la Asistencia de los Trabajadores", se llevan a cabo actividades como: servicios de crédito, servicio de excursionismo y viajes, de alojamiento y campamentos, etc. Además organiza trenes especiales y centros de vacaciones por todo el país y en el extranjero.

III.1.2. ANTECEDENTES EN MEXICO.-

En nuestro país, el Turismo Social tuvo su origen, al igual -- que en la mayoría de las naciones que lo practican: gracias a la conquista laboral que se refiere al descanso anual con cierto número de días pagados, para los trabajadores. (Art. 76 de la Ley Federal del Trabajo, -- emanado del Art. 123 Constitucional).

Después de la conquista española, Vasco de Quiroga, aplicando la tesis de Tomás Moro (1516), proclamó la jornada de trabajo de 6 horas al día.

En el Artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se instituyó el descanso semanal de un día por cada 6 de trabajo, cuando menos. Pero fué hasta 1931, que la legislación mexicana incluyó las vacaciones pagadas para los trabajadores, siendo reformada en 1972. Y en la Ley Federal del Trabajo, se encuentran establecidas las disposiciones aplicables a la actividad turística, debido a -- que el trabajador tiene derecho al tiempo de descanso, el cual puede utilizar para practicar el Turismo.

Estas disposiciones se refieren a: los días de descanso, las vacaciones y salarios, entre otras.

Posteriormente, algunos sindicatos e instituciones trataron de incorporar a las clases trabajadoras de escasos recursos, en la actividad turística. Así encontramos al Instituto Mexicano del Seguro Social --- (IMSS) y al Instituto de Seguridad Social al Servicio de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), quienes reforzaron las condiciones mínimas para poder hacer realidad el Turismo Social.

En 1960, se creó el Consejo Nacional de Turismo, el cuál empezó a coordinar y estudiar este tema. Cuatro años después, la Confederación de Trabajadores de México (CTM), abordó la cuestión con profundo interés, convocando a una serie de reuniones con el fin de analizar los problemas que intervenían en el desarrollo del Turismo Social.

Entonces se propuso el escalonamiento de las vacaciones, con el fin de evitar la grave competitividad y el abuso de los prestadores de servicios turísticos, en las épocas de alta demanda.

Al promulgarse la Ley de Fomento al Turismo, en 1974, se establecieron los lineamientos a seguir para el logro del desarrollo del Turismo Social, señalando a la Secretaría de Turismo, como órgano rector de esta actividad e incluyendo por primera vez, el término de Turismo Social, definiéndolo y estableciendo los lineamientos a seguir para lograr su adecuado desarrollo. Así, en Septiembre del mismo año, se creó la Dirección General de Turismo Social, dependiente de la Secretaría del ramo, cuyas funciones son las de: planificar, organizar, promover y coordinar el desenvolvimiento del Turismo Social.

Con el fin de lograr una coordinación intersectorial que integre todos los planes y programas tendientes a facilitar el acceso de los demandantes al uso y disfrute del patrimonio turístico, en Diciembre de 1975, se constituyó la Comisión Nacional Promotora para el Desarrollo del Turismo Social, con participación tripartita de los sectores: público, privado y popular.

En 1980, se promulgó la nueva Ley Federal de Turismo, la cuál entre sus disposiciones, incluyó, modificó el Capítulo referente al Turismo Social.

En la actualidad, numerosas instituciones públicas (a través de los sindicatos de trabajadores) y privadas, practican el Turismo Social, habiendo propiciado la Primera Reunión Nacional de Organismos Promotores de Turismo Social, llevada a cabo en Enero de 1980, gracias a la importancia que esta actividad ha cobrado.

III.2. MARCO JURIDICO DEL TURISMO SOCIAL.-

Mucho se ha hablado sobre el Derecho al Descanso, consagrado en el Artículo 123 Constitucional.

Tan importante como el Derecho al Trabajo, que constitucionalmente significa: la generación de la dignidad que proviene del propio trabajo y que, con sentido social, busca además de la justicia de las relaciones laborales, la elevación de los niveles de bienestar para los trabajadores y sus familiares, también lo es el Derecho al Tiempo Libre, tradicionalmente denominado: Derecho al Descanso.

Algunas personas han confundido este Derecho, a la simple posibilidad del Ocio.

En el desarrollo del trabajo, los individuos y los grupos, realizan, se transforman a sí mismos, aprenden y llegan a conocer la medida de su propia fuerza. Sin embargo, el Ocio, entendido como: ausencia de creación o de trabajo, no conduce más que a debilitar la voluntad y a destruir la vitalidad del individuo. Por eso en México, no nos referimos a una sociedad del ocio, sino a una verdadera libertad: la Libertad del trabajador de escoger y lograr durante su propio tiempo, sus valores y sus metas.

El Turismo Social, es considerado actualmente, como una actividad organizada, producto de la acción de un grupo social determinado, -- que promueve la actividad de las grandes masas.

En nuestro país, el Turismo Social, ha sido motivo de estudio y atención por el Gobierno Federal, quien a través de la Secretaría de Turismo, ha realizado un gran número de esfuerzos para promover el Turismo Nacional.

Por lo que promulgó la Ley Federal de Turismo, en la cuál se -- establece que, para atender todo lo relacionado con el Turismo Social, se creó una Dirección General de Turismo Social, dependiente de la Secretaría del ramo.

La existencia de acciones e imaginación, que habrán de traducir se en programas concretos para el desarrollo del Turismo Social, provienen del contenido del Artículo 123 Constitucional y de sus leyes reglamentarias, tales como: La Ley Federal del Trabajo, el Estatuto Jurídico para los trabajadores al Servicio del Estado y, las diferentes leyes que ordenan el trabajo de los militares y los marinos, entre otras.

III.3. CONCEPTO DE TURISMO SOCIAL.-

En su primera época, el Turismo Social, se entendió como una actividad especialmente dirigida al campo obrero. Conforme se va ampliando el radio de acción de sus actividades, sus ventajas y facilidades, llegan a ser compartidas por otros grupos sociales, por lo que entonces puede - definirse como:

" La forma turística que pretende hacer accesible el disfrute de los bienes turísticos, a una enorme masa de gentes, sin tener en cuenta su procedencia, ni su condición social ". (22)

Cabe mencionar, que las condiciones principales para que se considere un viaje con fines turísticos, son: que los motivos sean recreativos, culturales, de descanso o de salud.

Para la Secretaría de Turismo, el Turismo Social es:

" El conjunto de acciones tendientes a facilitar los desplazamientos turísticos, a los sectores de población económicamente débiles, para que ingresen a las corrientes turísticas nacionales ".

Sin embargo, en la actualidad, se pretende que el alcance del Turismo Social, abarque a cualquier grupo socio-económico y no beneficie exclusivamente a las personas de algún grupo en particular.

III.4. CARACTERISTICAS DEL TURISMO SOCIAL.-

Las principales características del Turismo Social, son:

- 1) MASIVO POR EXCELENCIA.- Cuidando que los desplazamientos se realicen en forma organizada y en grupo.
- 2) AUSENCIA DE LUCRO.- Con respecto a la prestación del servicio específico para Turismo Social, se pretende únicamente obtener el costo de operación u organización.
- 3) SUBVENCIONADO.- En parte o totalmente, por: un Sindicato, una empresa, el Gobierno o cualquier otro tipo de organización interesada (hoteles, restauranteros, agencias de viajes, etc.).
- 4) ABATIR LOS ALTOS COSTOS EXISTENTES EN SERVICIOS TURISTICOS.- Realizando convenios con los prestadores de servicios.

III.5. OBJETIVOS DEL TURISMO SOCIAL.-

- A) Hacer que las diferentes clases sociales, ingresen a las corrientes turísticas, provocando así, los movimientos económicos que coadyuven a lograr una mejor distribución del Ingreso nacional.
- B) Crear un rompimiento entre el trabajador (material o intelectual) y su rutina diaria, con un descanso constructivo y reparador, para que obtenga una nueva actitud social.
- C) Lograr un desarrollo cultural y estrecha comunicación entre los miembros de una sociedad con otra, quienes a través del Turismo Social, se integren a la cultura nacional y perciban valores y metas que trasciendan del mundo rutinario.
- D) Aumentar el acervo cultural de un país y así coadyuvar a mejorar las condiciones de vida familiar y social.
- E) Lograr la participación de todos los ciudadanos, en los bienes culturales y sociales de la nación.
- F) Conducir al reencuentro con los valores culturales de las diferentes regiones de un país, para facilitar la comprensión de las diferentes formas de vida y tradiciones de otros núcleos de población, ayudando a tomar conciencia de la situación personal dentro del conglomerado social.
- G) Aumentar las inversiones, creando nuevas fuentes de trabajo y, la participación de núcleos de población en actividades que diversifiquen su economía y desarrollo.

III.6. SUJETOS DEL TURISMO SOCIAL.-

El sujeto del Turismo, es siempre el Hombre, ya sea considerado de manera aislada o en grupo y, no solamente se entiende por sujeto del Turismo, al participante activo en la actividad turística, sino a aquellas personas que constituyen un mercado potencial.

Si al Turismo Social pretende beneficiar a una enorme masa de gentes, sin tener en cuenta su procedencia, ni su condición económica y social; entonces entendemos como Sujeto del Turismo Social: a cualquier persona perteneciente a cualquier grupo social, económico o cultural.

III.7. BENEFICIOS DEL TURISMO SOCIAL.-

Los beneficios socio-económicos y culturales provocados por la participación de los diferentes estratos sociales, en los diferentes programas y actividades del Turismo Social, pueden dividirse en tres:

- 1) Beneficios al País
- 2) Beneficios al Sujeto
- 3) Beneficios a los Prestadores de Servicios

1.- BENEFICIOS AL PAIS:

- a) El turismo social, contribuya a aumentar la integración nacional, ya que conduce a un reencuentro con los valores culturales de un país, facilitando la comprensión de las formas de vida y tradiciones de otros núcleos de población, para ayudarlos a tomar conciencia de su situación, dentro del conglomerado social.
- b) Provoquen una más justa re-distribución de la riqueza, ya que se produce un aumento en las inversiones, se crean nuevas fuentes de trabajo

y se posibilita la participación de núcleos de población en actividades que diversifican su economía y desarrollo.

- c) Se obtienen ganancias provenientes del Turismo Extranjero y así se -- contribuye a lograr un mayor equilibrio en la Balanza Comercial.
- d) Se mejora la actitud social del trabajador y su familia, la concien-- cia en el trabajo y la productividad, al proporcionárseles los medios para obtener un descanso.
- e) Se procura un desarrollo regional más equilibrado, desconcentrando la actividad turística, beneficiando así a la región en que se ubican -- los atractivos turísticos.
- f) Contribuye al crecimiento acelerado del Producto Interno Bruto.

2) BENEFICIOS A LOS SUJETOS:

- a) El Turismo bien organizado, se convierte en una forma de desarrollo -- personal, a través del descanso constructivo.
- b) El conocimiento entre las gentes, permite que se amplíen los criterios, se robustezca el sentido de grupo y la conciencia de la nacionalidad, se propicie el intercambio de experiencias y técnicas sobre diversos temas y actividades, se produzca un incremento cultural, un reencuentro de nuestros valores culturales y una identificación de costumbres.
- d) La práctica del Turismo, proporciona a los individuos un medio sano y adecuado para utilizar el Tiempo Libre, permitiendo: un descanso físic-- co y mental, una nueva actitud mental, un mejor desempeño del trabajo e incremento de la productividad y un mejoramiento de la salud física y mental.
- e) Además, se evita que las personas malgastan su dinero en actividades -- negativas que lastimen su desarrollo, su salud, sus relaciones familiares y, a la sociedad.

3) BENEFICIOS A LOS INVERSIONISTAS Y PRESTADORES DE SERVICIOS:

Las Secretarías de Estado, que son miembros de la CIET, (COMISION INTERSECRETARIAL EJECUTIVA DE TURISMO) y las dependencias del ramo, han resuelto realizar las actividades y otorgar las facilidades necesarias, que para el desarrollo del Turismo se especifican en la 'Resolución de la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo, que determina las facilidades y estímulos inmediatos para el fomento y desarrollo del Turismo'.

Para lograr el desarrollo turístico iniciado por la CIET, se establecieron una serie de instrumentos que complementan el programa de desarrollo que incluye los siguientes puntos:

- 1.- Los estímulos fiscales pueden ser otorgados a personas físicas o morales, de nacionalidad mexicana, cuando realicen nuevas inversiones en establecimientos de hospedaje, pudiendo optar por cualquiera de los siguientes estímulos:

Para las inversiones destinadas a crear instalaciones de alojamiento:

- a) Autorización para depreciar las nuevas inversiones en forma acelerada, para efectos del Impuesto Sobre la Renta, aplicando en todos los casos, un porcentaje que no excederá del 8.33% anual en zonas de desarrollo prioritario y del 6.66% en zonas de desarrollo generalizado.
- b) Un crédito equivalente al 12% del monto aprobado de la nueva inversión para zonas prioritarias y del 8% en zonas generalizadas, crédito que se hará constar con un Certificado de Promoción Fiscal.

Y para las personas físicas que adquirieran inmuebles de tipo - régimen de propiedad en condominio o condominios hoteleros, pueden optar por cualquiera de los siguientes estímulos:

- a) Autorización para depreciar en forma acelerada para efectos del Impuesto Sobre la Renta, la inversión destinada a la compra del inmueble. Cuando la inversión sea en una zona prioritaria, se aplicará un porcentaje máximo del 8.33% y, para zonas de desarrollo generalizado, - el porcentaje será de 6.66% anual.
- b) Autorización para deducir la totalidad de los gastos de administración a que se refieren los artículos 62 y 94 Fracción VI de la Ley del Impuesto Sobre la Renta.

El punto de partida para la definición de las "regiones de desarrollo prioritario y generalizado", fueron las unidades de concentración de atractivos que el Plan Nacional de Turismo (1980), estableció considerando: su grado de desarrollo turístico, su planta turística actual y, -- las metas y prioridades definidas en dicho Plan.

2.- Asimismo, se establecieron las reglas generales de comprobación de -- las compras de materias primas, materiales o mercancías que las empresas prestadoras de servicios turísticos tenían dificultades para adquirir, como insumos y materiales de los pequeños consumidores, ejidatarios y comuneros que no estaban en condiciones de facturar sus productos vendidos. Se permitió comprobar dichas compras, identificando al vendedor, el bien comprado y realizando el pago con un cheque - nominativo.

- 3.- En cuanto a los prestadores de servicios turísticos ubicados en la --
Frontera, se les permite la importación de insumos que puedan atraer
visitantes del otro lado de la Frontera y para retener cierto tipo -
de gastos de los nacionales.
- 4.- La Ley Para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Ex-
tranjera, establece las normas para regular y promover ambos tipos -
de inversiones, a través de los "Fideicomisos en Fronteras y Litora-
les", promueve la inversión de actividades turísticas en una faja de
100 kms. a lo largo de las fronteras y en una zona de 50 kms. a lo --
largo de las playas del país. La Ley autoriza a las instituciones
de crédito, a "adquirir como Fiduciarias del dominio de bienes inmu-
bles" destinados a las actividades industriales y turísticas, ubica-
das en las áreas mencionadas, siempre que las adquisiciones tengan --
por objeto, "permitir la utilización y aprovechamiento de dichos bie-
nes a los fideicomisarios sin constituir derechos reales sobre ellos".
- 5.- La política de apoyo financiero a la actividad turística es desempeña-
da fundamentalmente por FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo),
Fideicomiso instituido por Nacional Financiera, S.A. y que opera como
banco de segundo piso, descontando hasta el 90% de los créditos al Tu-
rismo, que son presentados por las instituciones bancarias.
Proporciona dos tipos de crédito: el Refaccionario hasta por 200 milig-
nas de pesos y, de Avío hasta por 30 millones de pesos. Además, con-
cede un plazo máximo de 15 años y 3 de gracia en la amortización del -
capital, con tasas de interés de 28.75% (hasta 5 millones), 30.75% (hag-
ta 100 millones), 32.75% (más de 100 millones) y para inversiones del
tipo de Turismo Social, son de 2 puntos menos de las tasas mencionadas.

III.8. PATRIMONIO TURISTICO SOCIAL.-

Como se mencionó en el Capítulo I, los atractivos turísticos - se pueden dividir en categorías (Sitios Naturales, Manifestaciones Culturales, Folklore, Realizaciones Científicas, Técnicas o Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados) y clasificar en Jerarquías (I, II, III y IV).

Según el Inventario Nacional de Recursos Turísticos, en nuestro país existen 4,720 atractivos, de los cuales el 32% son Sitios Naturales y el 35% son Manifestaciones Culturales, representando ambos, la mayor -- parte del total de atractivos.

En términos de Jerarquía, el 97% de estos atractivos, pertenece a niveles Jerárquicos inferiores, que son los que motivan predominantemente al mercado nacional, por lo que constituyen los Recursos que deben considerarse en primer término para ser utilizados en el desarrollo de programas y planes de Turismo Social, aunque no deben desecharse aquellos de Jerarquías superiores, sino complementarse en lo posible, para motivar a la visita de los primeros.

III.9. SERVICIOS CARACTERISTICOS PARA TURISMO SOCIAL.-

La Ley Federal de Turismo, en su capítulo referente al Turismo Social, establece que: "La Secretaría de Turismo, promoverá la participación de los prestadores de servicios turísticos y organismos públicos y privados, para lograr una oferta razonable y proporcional de paquetes, pignas y circuitos turísticos individuales, familiares o grupales, a base de cuotas y tarifas reducidas".

Los resultados no se han dejado esperar. Actualmente, un enorme número de una gran diversidad de prestadores de servicios turísticos, de todas las calidades, categorías y clasificaciones, pertenecientes a organismos públicos y privados, han realizado convenios en los que se comprometen a reducir sus tarifas, con el fin de coadyuvar a la realización del Turismo Social.

Esto ha permitido la elaboración de programas, paquetes y circuitos accesibles a las posibilidades de los diferentes sectores laborales y económicos del país.

Para la realización del Turismo Social, se requieren principalmente los Servicios Específicos o Inmediatos, que son los que existen y sirven fundamentalmente al Turismo.

Estos servicios son:

1) HOSPEDAJE.-

Con respecto a los hoteles, es necesario reconocer que cualquier categoría de estas instalaciones se encuentra en posibilidad de proporcionar servicios para hacer Turismo Social. También se incluyen las modalidades como: Hoteles, Familiares y Condoteles.

Desde el punto de vista del hospedaje extra-hotelero, se cuentan con: Albergues turísticos, cabañas, campamentos, bungalows, refugios de montaña, campos para remolques y vehículos recreativos, hoteles familiares, pensiones, apartamentos amueblados, principalmente.

2) ALIMENTACION.-

Para proporcionar la satisfacción de una necesidad primaria, se han establecido un gran número de negocios que expenden alimentos y bebidas, por lo que estos servicios, derivados del Restaurante, pueden considerarse básicamente como Mediatos o Comunes, ya que su existencia no depende

únicamente del Turismo.

Las modalidades aplicables al Turismo Social son:

- Restaurantes
- Cafeterías
- Bares
- Autoservicios
- Máquinas con alimentos preparados
- Barra de alimentos
- Fondas
- Comedores familiares

3) TRANSPORTACION.-

Elementos fundamentales para la práctica del Turismo, son los transportes y las vías de comunicación, ya que permiten la realización de los desplazamientos de los viajeros y turistas, cubriendo las distancias necesarias para arribar a las localidades turísticas, en las más diversas modalidades, según el tipo de transporte y la naturaleza de las vías de comunicación.

Los transportes utilizables para el Turismo Social son:

- Automóvil (propio o de alquiler)
- Autobús (urbano, foráneo, escolar, especializado)
- Ferroviario (de primera, segunda, camarote, especial, turístico)
- Marítimo (transbordadores, pangas, lanchas, cruceros) regulares o fletados
- Aéreo (aviones, avionetas, helicópteros) regulares o fletados
- Combinado (funiculares, teleféricos, telesquís, telesillas)

4) DIVERSION.-

El Turismo, es una de las tantas formas de pasar unas vacaciones, que de alguna manera, representan el Tiempo Libre que un trabajador posee como derecho legal.

Las tres funciones principales del Tiempo Libre son:

- 1.- El Descanso.- Que libera de la fatiga, pues consigue reparar el deterioro físico o nervioso, provocado por las tensiones laborales y de la vida cotidiana.
- 2.- Las Diversiones.- Que liberan del aburrimiento, que resulta de la monotonía del trabajo, como el vacío de las horas libres.
- 3.- El Desarrollo de la Personalidad.- Que se consigue al participar socialmente y obtener un gran número de conocimientos y experiencias que liberarán a la persona de los límites que impone el medio social, el ambiente cultural y la especialización técnica.

Así, el Tiempo Libre puede aprovecharse de diversas formas, entre las cuáles se pueden practicar actividades recreativas que pueden emplearse para la elaboración de programas recreativos de Turismo Social, para efectuar actividades como:

- Deportes
- Espectáculos (cine, teatro, música, festivales, ferias y festividades)
- Juegos (de salón, al aire libre, bajo techo)
- Aficiones, pasatiempos, etc.

III.10. ORGANISMOS PROMOTORES DEL TURISMO SOCIAL.-

Los promotores del Turismo Social, están representados por elementos que no constituyen el circuito económico de la actividad, pero que en muchos casos llegan a tener mayor importancia y realizan inversiones -- muy superiores a las de la industria propiamente dicha.

Estos promotores, considerados como "creadores de oferta", "son Instituciones, organismos, asociaciones o personas que tienen ciertas responsabilidades en cuanto a la planeación, el fomento, el desarrollo, las promociones y la ordenación de las actividades turísticas". (22)

Actualmente, en el país, los principales promotores del Turismo Social, se encuentran representados por:

- a) Organismos Oficiales.- Quienes desempeñan sus funciones a través de los Sindicatos de trabajadores de las diversas dependencias, las oficinas de información, las delegaciones y gobiernos estatales, etc. y, por supuesto, la Secretaría de Turismo.
- b) Asociaciones Privadas.- Que promueven viajes económicos dirigidos a diversos sectores de la población.

III.11. EPOCAS EN QUE PUEDE HACERSE TURISMO SOCIAL.-

La utilización del Tiempo Libre, deberá orientarse de tal forma, que se propicie la integración de la cultura nacional, haciendo posible -- que la población tenga acceso a las manifestaciones culturales de las distintas zonas del país.

Los principales Tiempos Libres son:

- 1) VACACIONES.- En nuestro país, la Ley Federal del Trabajo, establece -- que: "Los trabajadores que tengan más de un año de servicios, disfrutarán de un período anual de vacaciones pagadas, que en ningún caso podrá

ser inferior a 6 días laborales y que, aumentará en dos días de trabajo, hasta llegar a 12, por cada año subsecuente de servicios. Después del cuarto año, el período de vacaciones se aumentará en 2 días por cada 5 de servicios".

- 2) FINES DE SEMANA.- La Ley mencionada en el punto anterior, determina que: "Por cada seis días de trabajo, disfrutará el trabajador de un día de -- descanso, por lo menos, con goce de salario íntegro", procurando que el día de descanso sea el domingo.

Actualmente, como otro logro de los trabajadores, se instituyó la llamada "Semana Inglesa", por decreto presidencial, la cual permite la utilización de los fines de semana (sábado y domingo), para hacer Turismo Social; ya que se trabajan 40 horas semanales, distribuidas de lunes a viernes.

- 3) PUENTES.- Cuando un día de descanso obligatorio establecido legalmente, se acerca al fin de semana, los trabajadores, estudiantes y otros sectores laborales, acostumbran faltar el o los días intermedios entre el día festivo y el fin de semana. Por lo que, en ocasiones, algunas empresas, organizaciones o instituciones, otorgan dicho día o días, con el fin de evitarse problemas por inasistencias, reducción de la productividad en el trabajo, entre otros. Así, los días de descanso se incrementan, posibilitando la práctica del Turismo Social.
- 4) DIAS FESTIVOS.- Como se menciona, existen por Ley, un gran número de -- días de descanso obligatorio para los trabajadores y estudiantes del -- país, los cuales deben respetarse, procurando no asistir a los centros de trabajo, estudio, investigaciones, etc., sin embargo, estos días se utilizan para recreación, descanso y diversión, pudiéndose aprovechar para realizar Turismo Social,

Los principales días de descanso obligatorio son:

- | | |
|----------------|--------------------------------------|
| - 10. de Enero | - 16 de Septiembre |
| - 5 de Febrero | - 20 de Noviembre |
| - 21 de Marzo | - 10. de Diciembre de cada
6 años |
| - 10. de Mayo | - 25 de Diciembre |

III.12. PROMOCION DEL TURISMO SOCIAL.-

"La promoción turística, es el conjunto de actividades que se realizan para informar, persuadir e influenciar la demanda potencial hacia determinados centros, atractivos y servicios turísticos". (34)

Las actividades promocionales pueden clasificarse en:

- a) Publicidad.- La publicidad turística debe dirigirse a grupos sociales específicos dentro de los mercados nacionales e internacionales, con campañas que los motiven.
- b) La Promoción de Ventas.- Es realizada generalmente por los mayoristas y los prestadores de servicios turísticos.
- c) Las Relaciones Públicas.- Como una actividad promocional, se realizan a dos niveles:
 - 1) Los prestadores de servicios la utilizan para la promoción de sus establecimientos.
 - 2) El Gobierno Federal, para la promoción general del país.

La Ley Federal de Turismo, incluye dentro de sus objetivos a -- cumplir a través de la Secretaría de Turismo, "la promoción de la demanda interior, así como el fomento y desarrollo de la oferta en materia turís-

tica" y es específico para el Turismo Social.

Los medios de propaganda utilizables para la promoción del Turismo Social, son preferentemente aquellos que abarquen al mayor número de personas.

Así, pueden utilizarse los siguientes medios:

- a) Impresos Publicitarios.- Existe una serie de publicaciones especializadas, tales como: el folleto, el cartel turístico y la revista turística.
- b) Anuncios en los Medios de Difusión.- Tales como:
 - Anuncios Impresos
 - Anuncios en cine y televisión
 - Propaganda radiofónica
- c) Campañas de Relaciones públicas.- Que se realizan a través de la información y el contacto personal, incluyendo actividades como: conferencias de prensa, viajes de familiarización, cocktails de acercamiento, realización de eventos especiales, recepción de personajes distinguidos, relacionados con la actividad turística.
- d) Documentos Cinematográficos.- Utilizados actualmente para promocionar servicios, localidades, regiones y países, a base de reportajes fílmicos y películas de propaganda turística.
- e) Arquitectura Publicitaria.- Que está constituida por todo el material y decoración que se utiliza para promover los atractivos turísticos de las diversas empresas turísticas privadas y gubernamentales.

CAPITULO IV

**PROPOSICION DEL ESTABLECIMIENTO DE UN CENTRO RECREATIVO
TURISTICO EN EL ESTADO DE TABASCO**

CAPITULO IV

4.1. JUSTIFICACION DE LA CONSTRUCCION, IMPLEMENTACION Y OPERACION DEL CENTRO RECREATIVO TURISTICO.

Debido al crecimiento "artificial" que el Estado de Tabasco ha sufrido desde 1976, dado el volúmen de visitantes que, por la explotación petrolera llegan a la Entidad, ha sido necesario utilizar la planta turística para satisfacer la escasez de la vivienda.

En cuanto a la situación actual de la actividad turística en Tabasco, se pueden precisar las siguientes características:

a) Predominan los atractivos naturales, principalmente los tipos: playas, ríos y lagunas, aunque también se dispone de varias zonas arqueológicas y otras manifestaciones culturales, concentradas exclusivamente en la ciudad de Villahermosa.

La mayoría de los atractivos pertenecen a las Jerarquías III y IV (determinadas en el Plan Nacional de Turismo), por lo que, generalmente motivan los desplazamientos de la población local y, en ocasiones de la población nacional.

b) También se determinó que Tabasco, cuenta con un total de 17 municipios, agrupados en cuatro regiones geográficas, bastante definidas, por sus actividades económicas y por sus características físicas, a los que el acceso se realiza sin dificultad, ya que el Estado cuenta con vías de comunicación y medios de transporte que enlazan a la Entidad entre sus municipios y hacia otras regiones.

c) Los principales visitantes al Estado, se desplazan por vía terrestre (88.2% de la demanda), el resto lo constituyen visitantes que arriban

por transporte aéreo (11.8% de la demanda).

d) El segmento de mercado más importante para Tabasco en la actualidad, es el de visitantes que llegan por motivos de Compras y Servicios y constituye el 89.0% del total de huéspedes en la hotelería. El segundo segmento de mercado, es el de visitantes por motivos culturales y, está constituido por visitantes extranjeros principalmente, aunque también se cuenta con mercado nacional.

e) Los mercados más importantes de origen de la demanda, provienen principalmente:

1) A nivel nacional:

- Ciudad de México
- Estado de Veracruz
- Estado de Yucatán
- Estado de Quintana Roo
- Estado de Campeche
- Estado de Chiapas
- Otros (Oaxaca, Acapulco, Minatitlán, etc.)

2) A nivel internacional:

- Europeos: Alemania, Francia, Inglaterra y Holanda
- No Europeos: Estados Unidos, Canadá, Japón y otros

f) El destino principal de los visitantes al Estado, se concentra básicamente en la ciudad de Villahermosa, debido a que cuenta con el mayor número de establecimientos de hospedajes de diferentes capacidades, de alimentos y bebidas, diversiones y servicios básicos, además de ser la única en el Estado que posee el Aeropuerto nacional.

- g) La estancia promedio al Estado es:
- 1) Para los visitantes por motivo de Compras y Servicios: una estancia no mayor de 2 días.
 - 2) Para el segmento de visitantes culturales, una estancia de 1 noche y 2 días. (28)
- h) El gasto diario promedio durante 1979, según el tipo de visitante es:
- 1) \$ 587.00 (pesos) para visitantes huéspedes
 - 2) \$ 987.00 (pesos) para visitantes culturales
 - 3) \$ 200.00 (pesos) para visitantes que no pernoctan.
- i) El gasto total del conjunto de visitantes al Estado, durante 1979, se estimó en \$ 1,000 millones de pesos.
- j) La actividad turística en el Estado durante 1979, generó 5,386 empleos, de los cuales, 2,270 fueron para la hotelería, 1,877 para las instituciones de alimentos y bebidas y, el resto lo generaron otras empresas de tipo turístico. Este total representa un 6.9% de la población ocupada en el Sector Servicios. (28)
- k) En cuanto a los servicios complementarios para el desarrollo de la actividad turística, Tabasco cuenta con los principales, aunque la mayoría se encuentran concentrados en la ciudad de Villahermosa, pero gracias al rápido acceso de los municipios a esa entidad, es posible gozar de ellos.

En relación a los datos que se refieren a la demanda de visitantes al Estado, se determinaron las siguientes características:

La afluencia de visitantes al Estado, alcanzó casi los 600,000 visitantes en 1977. Proyectando los datos de los últimos años, resulta que para 1982, habrá más de 1,400,000 visitantes.

Este aumento constante de la demanda y el dato proporcionado por las agencias de viajes mayoritarias que, consideran que se rechaza - anualmente más de un 35% de la demanda actual, agudiza el problema básico que enfrenta la oferta turística de hospedaje del Estado: la saturación del servicio.

En la actualidad, el flujo de visitantes al Estado, está formado principalmente por personas que, de alguna manera están vinculadas con el Comercio y la Industria; visitantes que se estima, continuarán viajando a Villahermosa, como punto de destino o paso obligatorio.

De los datos que a continuación se enumeran, se concluye que, - la afluencia turística total, registra una tasa de incremento anual del 26%, lo que plantea un problema en el área de servicios turísticos, que requiere del aumento de establecimientos propios para satisfacer las necesidades del Turismo.

PROYECCION DE LA AFLUENCIA DE VISITANTES AL ESTADO
DE TABASCO

AÑO	VISITANTES TASA DE INCREMENTO RELATIVO (26% anual)
1977	600,000
1978	720,000
1979	864,000
1980	1,037,000
1981	1,224,000
1982	1,500,000
1983	1,556,000
1984	1,712,000
1985	1,868,000
1986	1,024,000

FUENTE: Delegación Estatal de Turismo. FONATUR. SECTUR. Tabasco.

La afluencia de visitantes se comporta de la siguiente manera:

El auge de visitantes a Tabasco, se inició de hecho, a partir de 1973 y continuó su desarrollo hasta alcanzar en 1977 la cifra de -- 600,000 visitantes, lo que significa un aumento del 233% sobre la afluencia de 1972.

Para el primer semestre de 1978, hubo un 22% de incremento, en relación al año anterior.

AFLUENCIA TURISTICA NACIONAL Y EXTRANJERA DEL ESTADO DE TABASCO

AÑO	NACIONALES	%	INTERNACIONALES	%	TOTAL
1971	99,000	66	51,000	34	150,000
1972	115,000	66	59,000	34	175,000
1973	165,000	66	85,000	34	250,000
1974	264,000	66	136,000	34	400,000
1975	297,000	66	153,000	34	450,000
1976	330,000	66	170,000	34	512,000
1977	420,000	65	180,000	34	600,000
1978	504,000	70	216,000	30	720,000
1979	579,000	67	285,000	33	864,000
1980	674,000	65	363,000	35	1,037,000
1981	784,000	63	460,000	37	1,244,000
1982	915,000	61	585,000	39	1,500,000

INCREMENTO 1977 a 1982 : 900,000 visitantes.

**FUENTE: Programa para el Desarrollo Turístico del Estado de Tabasco.
Secretaría de Turismo.
Secretaría de Programación y Presupuesto.**

Con respecto a la oferta turística de hospedaje que a la fecha existe en el Estado, ésta se concentra en la ciudad de Villahermosa, donde existen 54 hoteles con 1,840 habitaciones, de los cuales 21 de ellos son de calidad turística y se encuentran distribuidos en las siguientes categorías:

CATEGORIAS	ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES
AA	2	376
A	5	433
B	7	288
C	<u>6</u>	<u>231</u>
TOTAL	21	1,328

FUENTE: Programa de Desarrollo Turístico del Estado de Tabasco, Secretaría de Turismo. Secretaría de Programación y Presupuesto.

Así, los datos referentes a la Oferta y Demanda, muestran por una parte, un potencial de demanda abandonado por la insuficiencia y, por otra, el hecho de que este potencial aumenta paralelamente a la expansión económica que se verifica en el Estado.

La oferta de alojamiento para Tabasco, se incrementará en forma significativa, a corto plazo.

A continuación se enumera el número de hoteles que se encuentran en proceso de construcción y los beneficios que producirán.

CATEGORIA	LOCALIDAD	MONTO APROB.	INVERSION GENERADA	CUARTOS NUEVOS	EMPLEOS GENERADOS
II	Villahermosa	\$ 100,000	\$ 184,927	138	150
I	Villahermosa	230,000	446,251	216	176
II	Villahermosa	230,000	462,442	336	312

CATEGORIA	LOCALIDAD	MONTO APROB.	INVERSION GENERADA	CUARTOS NUEVOS	EMPLEOS GENERADOS
I	Villahermosa	\$ 212,000	\$ 351,803	312	295
III	Cárdenas	82,000	142,359	168	113
II	Cárdenas	50,000	96,517	96	94
II	Cárdenas	90,000	148,559	144	57
II	Villahermosa	210,000	346,607	232	170
II	Parafso	92,000	151,824	144	57
III	Cárdenas	21,000	75,541	78	27
II	Villahermosa	230,000	440,159	250	202
III	Villahermosa	15,000	50,571	62	59

FUENTE: FONATUR.

El cuadro refleja que el Estado contará con 2,176 cuartos nuevos, que sumados a los 2,578 existentes, darán un total de 4,754 cuartos lo que representa un incremento del 84.4%.

De este total, la ciudad de Villahermosa, contará con 1,546 habitaciones más, que sumadas a las 1715 existentes, suman un total de 3,261.

Y con respecto a los municipios, la oferta de hospedaje se incrementará en 630 cuartos más, que sumados a los 863 existentes, dan un total de 1,493 habitaciones, distribuidas entre los 17 municipios.

La problemática que ha frenado el desarrollo turístico en el Estado de Tabasco, se puede concluir en los siguientes aspectos:

- Rechazo de visitantes por falta de habitación
- Falta de alicientes para la estancia y el gasto
- Falta de paquetes turísticos y diversificación de la oferta
- Especulación y precios altos
- Insuficiencia de transporte en general
- Desperdicio y deterioro de los recursos naturales
- Dependencia de Palenque, como atractivo básico
- Falta de acciones para promoción, tanto de oferta como de demanda
- Falta de difusión del patrimonio histórico y artístico
- Falta de alicientes culturales que motiven la visita y sirvan socialmente

A pesar de los puntos mencionados en el párrafo anterior y los resultados presentados en el análisis de la oferta y la demanda, el Estado de Tabasco, tiene amplias perspectivas en el campo turístico y, específicamente en el desarrollo del Turismo Social.

4.1.1 CONSIDERACIONES:

En vista del alto índice de demanda de servicios, la localización de los atractivos culturales y naturales, las condiciones geográficas y la infraestructura existente, se pueden desarrollar mayor número de puntos de interés turístico que en otras regiones del país.

Esto permite aprovechar los atractivos, obedeciendo a los recorridos y Minicircuitos turísticos programados para llevar al turista a los puntos de mayor interés.

Lo anterior es posible, ya que gran parte del Estado y sus recursos potenciales turísticos, se encuentran en un radio máximo de 90 minutos por carretera, de la ciudad capital del Estado, la que concentra la mayor parte de los servicios.

Estos atractivos y sus características, se encuentran divididos en 4 zonas geográficas (regiones) o Minicircuitos turísticos, de acuerdo a la información proporcionada por la Dirección de Programación Regional y la Secretaría de Programación y Presupuesto.

- El Minicircuito de la Chontalpa, cuenta con: playas, lagunas, la zona arqueológica de Comalcalco, pueblos típicos, artesanales, etc.
- El Minicircuito de la Sierra, cuenta con: grutas, ríos, lagunas, manantiales, pueblos típicos, etc.
- El Minicircuito del Centro (Villahermosa), cuenta con: 2 museos, lagunas, atractivos industriales y, la mayor concentración de servicios en el Estado.
- El Minicircuito de los Ríos, que por sus características especiales, en cuanto a lo vasto de sus recursos potenciales, tanto culturales como potenciales, como el río Usumacinta, está proyectado para implementar un polo de desarrollo importante en Emiliano Zapata.

A pesar de que las actividades turísticas en el Estado se han tratado de programar, mantener e incrementar, los esfuerzos requeridos para la realización del Turismo Social en la Entidad, no han alcanzado la importancia ni la magnitud que estos requieren.

Con la proposición del complejo turístico de playa, integrado por un Hotel, un Campo para Casas Rodantes y un Campamento, se pretende

iniciar las acciones que den la pauta para que, otros prestadores de servicios, inversionistas y aún los usuarios del Turismo Social, continúen desarrollando, en pos del Turismo que pretende integrar a la actividad turística a los grupos de personas que perciben bajos ingresos, las nuevas y mejores acciones que permitan obtener los beneficios que de la práctica del Turismo se desprenden.

Estos beneficios se traducirán, desde el punto de vista social, en el establecimiento de un lugar que proporcione, además de los servicios de alojamiento y alimentación, los medios más sanos de recreación y esparcimiento, así como una posibilidad para disfrutar del Tiempo Libre de las clases económicamente débiles.

Desde el punto de vista económico, se logrará una generación de nuevos empleos y por lo tanto, una mejor re-distribución de la riqueza; - movimientos monetarios provenientes de la operación del Centro Recreativo, los que se llevarán a cabo en la región; recaudación de nuevos impuestos; entrada de nuevos ingresos, etc.

4.2. OBJETIVOS GENERALES DEL CENTRO TURISTICO.-

- 1.- Proporcionar a los habitantes de la Entidad, así como a visitantes nacionales y extranjeros, un lugar de hospedaje a base de tarifas económicas, con los servicios requeridos para obtener una estancia cómoda y los medios necesarios para encontrar sanas recreaciones, actividades recreativas, deportivas y socio-culturales.
- 2.- Aumentar la oferta turística de hospedaje, contribuyendo con 240 habitaciones (1,216 camas), un Campamento para 100 tiendas con capacidad promedio para 4 personas y un Campo para Casas Rodantes, con capacidad para 60 espacios. Además de contar con Restaurante y Bar.
- 3.- Aprovechar racionalmente los recursos del Estado, poniéndolos al alcance de los huéspedes y visitantes del Centro Turístico, promoviendo las visitas a los sitios turísticos de la Entidad.
- 4.- Diversificar las actividades económicas de la localidad, creando nuevos movimientos económicos, a través de: la generación de nuevos empleos, nuevos y mayores ingresos, recaudación de mayores impuestos, etc. y, coadyuvar al desarrollo económico de la Entidad.
- 5.- Proporcionar a los usuarios del centro recreativo, una forma de desarrollo personal, a través del descanso constructivo, propiciando que:
 - Se amplíen los criterios
 - Se robustezca el sentido de grupo y la conciencia de la nacionalidad
 - Se intercambien experiencias
 - Se conozcan y valoren los recursos culturales de la región
 - Se conozcan las tradiciones y costumbres del lugar.

6.- En general, se promueva el Turismo Social entre los habitantes de la Entidad, los prestadores de servicios y los usuarios reales y potenciales de los establecimientos que realizan actividades propias del Turismo Social.

4.3. POLITICAS GENERALES DEL CENTRO RECREATIVO TURISTICO.-

1.- Alcanzar la eficiencia y simplificación administrativa del Centro Recreativo Turístico, para abatir los gastos indirectos que necesariamente repercuten en el aumento de las tarifas.

2.- Aplicar adecuadamente el método de auto-servicio en los establecimientos de Alimentos y Bebidas, ya que representa un medio propio para la economía operacional.

3.- La atención al huésped y visitante, deberá ser inmejorable en cuanto al respeto absoluto de las reservaciones, la información que solicite y la claridad de la cuenta de cargos.

4.- El mobiliario será acorde al sistema modular de las unidades, buscando siempre la comodidad, estética y, debiéndose utilizar materiales tratados con sustancias químicas que garanticen su preservación contra la humedad, plagas y fuego; asimismo, deberán colocarse las fibras adecuadas que permitan el aislamiento térmico y acústico de las unidades.

5.- En relación al servicio de Alimentos y Bebidas:

- Restricción en la selección de menús
- Se procurará aplicar el sistema de buffet y cafetería
- Horarios de alimentos, fijos y estrictos
- Eliminación del servicio de Alimentos y Bebidas a las habitaciones

6.- Eliminación de habitaciones para el uso del personal del Centro.

4.4. DESARROLLO DEL PROYECTO.-

El complejo turfstico, estará integrado por: un Hotel, un Campamento y un Campo para Casas Rodantes.

Las áreas verdes y áreas recreativas y deportivas, serán comunes para los tres bloques de alojamiento.

Las instalaciones y servicios se agrupan en dos grandes conceptos: 1) De Uso Especifico y, 2) Las instalaciones que permiten multiplicidad de usos y servicios.

1.- DE USO ESPECIFICO:

1.1. ALOJAMIENTO:

- Hotel con 240 habitaciones
- Campamento con 100 tiendas de capacidad promedio para 4 personas
- Oficinas de Administración
- Conmutador
- Calderas

1.2. SERVICIOS AL PUBLICO:

- Recepción-Lobby
- Locales Comerciales - Mini super
- Restaurante, Bar y Cafeteria
- Kioskos
- Cocinetas y Asadores
- Salón de Usos Múltiples y Sala de Proyecciones
- Consultorio Médico
- Areas de Convivencia
- Baños y Vestidores

1.3. SERVICIOS GENERALES:

- Cocina, Alimentos Fríos y Despensa
- Comedor para Empleados
- Bodega
- Depósito de Basura
- Vestidores y Baños para Empleados
- Privado del Cheff
- Contabilidad
- Gerencia
- Oficinas de Administración
- Conmutador
- Calderas

1.4. AREAS PARA ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE Y DEPORTES:

- Alberca
- Chapoteadero
- Canchas Deportivas y Explanada para: Basquetbol, Vóli-bol y -
- Badmington
- "Tochito"
- Juegos Infantiles
- Asoleaderos

2.- INSTALACIONES QUE PERMITEN MULTIPLICIDAD DE USOS Y SERVICIOS.-

2.1. Areas verdes, plazas y espacios cubiertos que permiten desarro--

llar:

- Seminarios, Conferencias, Exposiciones, Convenciones
- Teatro al aire libre, Auditorio
- Talleres creativos

4.4.1. DIMENSIONES.-

Las dimensiones se determinan de acuerdo al nivel de servicios que proporcionará el Centro Recreativo en su conjunto, siendo estos los que permitan captar el mercado de Turismo Social, bajo los criterios de: comodidad, seguridad y economía, buscando siempre la optimización de los recursos disponibles.

1.- HOTEL.-

El perfil arquitectónico, es el de un hotel de playa con capacidad de 240 habitaciones, con servicios de alimentos y bebidas, destacando los servicios necesarios para la práctica de actividades recreativas, -- área administrativa y servicio médico.

Las áreas necesarias para el correcto funcionamiento del establecimiento, se han agrupado de acuerdo a su función en:

- 1.1. Servicios al público, que conjunta: lobby, recepción, locales comerciales, restaurante, bar, centro recreativo de usos múltiples y circulaciones.
- 1.2. En el área de habitaciones, se tomará en cuenta los espacios destinados para: cuartos con baño, ropería de piso, circulaciones horizontales dispuestas en edificios de un nivel.
- 1.3. Áreas de Servicios.- Se contempla solamente los locales necesarios para el funcionamiento correcto del hotel y los servicios que ofrezca: oficinas, cocina, cámaras frías, almacén general, comedor para empleados, lavandería, depósito de basura, vestidores y baños para empleados, cuarto de máquinas, mantenimiento y circulaciones.

DIMENSIONES

ZONA DE HABITACIONES : 4,824 m²

SERVICIOS	UNIDAD m ²	TOTAL
Cuarto con baño	16.5	3,860
Circulaciones horizontales	<u>3.6</u>	<u>840</u>
TOTAL	20.1	4,824

ZONA DE SERVICIOS PUBLICOS: 2,204 m²

SERVICIO	TOTAL m ²
Recepción y Lobby	192.0
Centros Recreativos de Usos Múltiples y	
Sala de Proyecciones	400.0
Restaurante-Cafetería	450.0
Concesiones Comerciales	350.0
Sanitarios	45.0
Circulaciones Horizontales	<u>767.5</u>
TOTAL	2,204.5

ZONA DE SERVICIOS: 1,238.0 m²

SERVICIOS	TOTAL m ²
Ropería (1)	105.0
Cocina (2)	227.0
Oficina	240.0
Baños y Vestidores para Empleados	80.0

SERVICIO	TOTAL m ²
Cuarto de Máquinas (3)	280.0
Circulaciones	240.0
Cisterna	<u>66.0</u>
TOTAL	1,238.0

(1) Incluye: cocina, almacén general, cámaras ffas, comedor de empleados, basura.

(2) Incluye: Gerencia, privado, reservaciones, conmutador, papelería. Contabilidad, Recibo de mercancía, oficina del cheff, -- Personal, Mantenimiento y Consultorio Médico.

(3) Incluye: Cuarto de máquinas y taller.

AREAS EXTERIORES: 10,235 m²

SERVICIO	TOTAL
Estacionamiento	4,200.0
Patio de servicio	144.0
Terreno (tendido)	568.0
Asoleadero	450.0
Alberca	500.0
Chapoteadero	119.0
Andadores	3,098.0
Jardines	1,000.0
Instalaciones Deportivas	<u>156.0</u>
TOTAL	10,235.0

CASA HABITACION.-

Destinada para el Gerente del Centro Recreativo Turfstico.

DIMENSIONES:

Unidad Habitacional Prefabricada	90 m ²
Jardinerfa	<u>30 m²</u>
TOTAL	120 m ²

Las caracterfsticas de construcción de la unidad, será con el mismo sistema de los módulos pre-fabricados para el hotel.

SERVICIOS RECREATIVOS:

Area de Juegos Infantiles rústicos y arenero	259 m ²
--	--------------------

SERVICIOS GENERALES:

Cuarto de Máquinas	70 m ²
Area de Depósito de Basura	<u>144 m²</u>
TOTAL	214 m ²

2.- CAMPO DE CASAS RODANTES:

El perfil arquitectónico será el de un campo con espacios para el estacionamiento de las unidades. Las circulaciones serán de -- acuerdo a los agrupamientos y el área para cada una de las Casas Rodan- tes, tendrá instalaciones para servicio de agua potable, drenaje y -- electricidad.

DIMENSIONES:

Campo de Casas Rodantes: 10,050 m²

Espacios para Casas Rodantes	5,040 m ²
Circulaciones	<u>5,010 m²</u>
TOTAL	10,050 m²

SERVICIOS PUBLICOS:

Acceso, recepción, lobby, administración	
entrega de utensilios	80 m ²
Local de Servicios Médicos	<u>15 m²</u>
TOTAL	95 m²

3.- CAMPAMENTO:

El perfil arquitectónico es el de un campamento de playa con capacidad para 100 tiendas de campaña, ubicado preferentemente en las áreas verdes del Centro Recreativo Turfstico.

La capacidad por tienda será de 4 personas en promedio, pensando en grupos familiares.

Las áreas necesarias para el correcto funcionamiento del albergue se agrupan de la siguiente manera:

3.1. Servicios Generales:

- Baños y Sanitarios para Damas
- Baños y Sanitarios para Caballeros
- Asadores y Kioskos
- Lavaderos y áreas de tendido
- Caldera
- Renta de utillería para acampar

3.2. Administración:

- Recepción

3.3. Zona de Tiendas de Campaña:

- Tiendas para 2, 4 y 6 personas

CRITERIOS DE OPERACION:

El campamento funcionará mediante el sistema de arrendamiento de tienda y equipo para acampar, aunque no se negará la posibilidad de renta de espacios, en aquellos casos que así lo solicitaran los visitantes que tuvieran en propiedad tiendas.

Todos los usuarios del campamento podrán utilizar las instalaciones y servicios de carácter público recreativo y deportivo del Centro Recreativo Turfstico.

DIMENSIONES:

	POR UNIDAD m ²	TOTAL m ²
ZONA DE TIENDAS DE CAMPAÑA	22	2,200
Tiendas		
AREA DE ADMINISTRACION:		
Recepción		45
Lobby		35
SERVICIOS GENERALES:		
Baños, Sanitarios y Vestidoras		375
Lavaderos y Area de Tendido		317
Local Renta de Utensilios y Almacén		200
Caldera		40
Asadores y Kioskos		100
TOTAL		3,497 m ²

RESUMEN: CAMPAMENTO 100 TIENDAS

CONSTRUCCION: 3,454 m²

	POR UNIDAD m ²	TOTAL m ²
Zona/Tiendas	22	2,200.0
Administración		80.0
Servicios Generales		<u>1,232.0</u>
TOTAL		3,454.0

PORCENTAJES:

	%
Zona/Tiendas	63.7
Administración	2.3
Servicios Generales	<u>34.0</u>
	100.0 %

RESUMEN: HOTEL 240 HABITACIONES

AREA CUBIERTA	UNIDAD m ²	TOTAL m ²
Zona de Habitaciones	20.1	4,824.0
Zona de Servicios	5.15	1,238.0
Zona de Servicios Públicos	9.18	<u>2,204.5</u>
		7,499
Areas Exteriores	42.64	10,235

PORCENTAJES:

	%
Zona de Habitaciones	58.35
Zona de Servicios	14.98
Zona de Servicios Públicos	<u>26.66</u>
	100.00

RESUMEN GENERAL :

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| 1.- Terreno | 58,000 m ² |
| 2.- Construcción: | |
| - Areas Cubiertas | 8,266.5 |
| - Areas Exteriores | 10,235.0 |
| - Area Ampliaciones | 5,400.0 |
- 3.- Los módulos hoteleros prefabricados tendrán capacidad para:
- 240 cuartos con baño, comedor para 400 personas, cocina con cámara fría y bodegas, oficinas y consultorio médico.
 - Centro Recreativo de usos múltiples con Sala de Proyecciones.
- 4.- En el área del Campamento, se instalarán Casas de Campaña fijas - sobre plataformas con cuneta y canal.
- 5.- Campo para Casas Rodantes con 60 espacios.
- 6.- Se prevee la construcción de casa habitación al Gerente del Centro.

4.4.2. PRESUPUESTO DE INVERSION.-

(Cifras en Millones de Pesos)

1.- HOTEL DE 240 CUARTOS	65.0
a) Edificaciones consistentes en 29 unidades prefabricadas.	26.0
b) Obras exteriores consistentes en movimientos de tierra, andadores y jardinería	12.1
c) Infraestructura: agua, drenaje pluvial y electricidad.	6.5
d) Equipamiento para cuartos, comedor, cocina, administración, bodegas y operacional.	20.4
2.- CENTRO RECREATIVO	29.2
a) Edificaciones consistentes en usos múltiples, baños, lavaderos y bodegas.	4.4
b) Obras exteriores consistentes en alberca, chapoteaderos, canchas, vialidades y estacionamiento.	8.9
c) Infraestructura: agua, drenaje pluvial y electricidad.	2.2
d) Equipamiento para usos múltiples, casilleros, deportivos y operacional.	13.7
3.- CAMPO DE CASAS RODANTES: Para 60 unidades y Campamento para 200 personas.	20.8
a) Edificaciones en el Campamento	1.1
b) Obras exteriores en movimientos de tierra, andadores, jardinería y pavimentos.	12.0

c) Infraestructura: agua, drenaje pluvial y electricidad.	3.9
d) Equipamiento: asadores, tiendas de campaña, operacional.	3.8
4.- INFRAESTRUCTURA	21.0
- Introducción de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, teléfonos y accesos.	
5.- TERRENO	15.0
Superficie de 58,000 m ²	
6.- GASTOS PREOPERATIVOS	<u>8.0</u>
TOTAL:	<u>\$159.0</u>

4.4.3. CONCLUSIONES DEL ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO DEL CENTRO RECREATIVO TURISTICO

* INVERSION	\$ 159,000,000
* NUMERO DE CAMAS	1,216
* INVERSION POR CAMA	\$ 130,756
* MONTO DEL CREDITO	\$ 103,350,000
* TASA DE INTERES	27.25
* TARIFA ESTIMADA POR PERSONA	
- HOTEL:	\$ 150.00
- CAMPAMENTO:	\$ 75.00
- CAMPO CASAS RODANTES:	\$ 200.00 por esp.
ALIMENTOS:	\$ 61.00 prom. p/al.
* TOTAL DE EMPLEADOS:	96
* SALARIO PROMEDIO:	\$ 7,450.00

*	RECAUDACION DE IMPUESTOS:	
	- Por cada millón invertido:	\$ 699,987.00
*	RENDIMIENTO HOTELERO:	
	- Rotación de la Inversión:	70.1 %
	- Margen de Utilidad:	11.9 %
	- Utilidad Bruta de Operación: Prom./Anual:	\$ 59,796,600
	- Utilidad Neta:	\$ 13,303,200
*	CAPACIDAD DE PAGO:	
	- Flujo de Efectivo después del Servicio de la deuda: (Prom. Anual)	\$ 17,687,100
	- Excedente / Compromiso: (Prom. Anual)	60.0 %
*	EVALUACION ECONOMICO-FINANCIERA:	
	- Razón Beneficio-Costo:	1.62
	- Tasa Interna de Retorno:	35.50 %
	- Recuperación del Capital:	5 años

4.4.4 PROYECTO DE INGRESOS.-

CONCEPTOS:

A) ALOJAMIENTO:

- 1.- Hotel - 240 cuartos
- 2.- Campamento - 100 tiendas. Prom. 4 personas
- 3.- Campo Casas Rodantes - 60 espacios

B) ALIMENTOS:

- Restaurante

A) ALOJAMIENTO:

1.- HOTEL:

144 cuartos cuádruples, capacidad máxima - 576 huéspedes

48 cuartos triples, capacidad máxima - 144 huéspedes

48 cuartos dobles, capacidad máxima - 96 huéspedes

Capacidad máxima Total - 816 huéspedes

Pronósticos de Ocupación en los tres tipos de cuartos:

Primer Año	65 %
Segundo Año	70 %
Tercer Año	75 %
Cuarto Año	80 %
Quinto Año	85 %
Sexto Año	85 %
Séptimo Año	85 %
Octavo Año	85 %
Noveno Año	85 %
Décimo Año	85 %

Camas disponibles totales: 297,840 al año

Pronósticos de Venta al Primer Año de Operación:

Tarifa A Cuarto Cuádruple

Tarifa B Cuarto Triple

Tarifa C Cuarto Doble

PROMEDIO TARIFAS X CAMA	CAMAS OCUPADAS	INGRESOS	PORCENTAJE DE INGRESOS
A \$ 150.00	136,656	\$ 20,498,400	60 %
B 200.00	34,164	6,832,800	20
C 300.00	22,776	6,832,800	20
TOTAL	193,596	34,164,000	100 %

2.- CAMPAMENTO:

100 Tiendas, capacidad máxima - 400 huéspedes

- Pronósticos de Ocupación.- Los mismos que se calcularon para el Hotel.

- Camas disponibles totales: 146,000 al año

- Pronósticos de Ventas al Primer Año de Operación:

TARIFA POR CAMA	CAMAS OCUPADAS	INGRESOS
\$ 75.00	94,900	\$ 7,117,500

3.- CAMPO PARA CASAS RODANTES:

Capacidad máxima - 60 espacios

- Pronósticos de Ocupación:

Primer Año	35 %
Segundo Año	37 %
Tercer Año	40 %

Cuarto Año	43 %
Quinto Año	45 %
Sexto Año	47 %
Séptimo Año	50 %
Octavo Año	53 %
Noveno Año	55 %
Décimo Año	58 %

- Espacios disponibles totales: 21,900 al año

- Pronósticos de Ventas al Primer Año de Operación:

TARIFA POR ESPACIO	ESPACIOS OCUPADOS	INGRESOS
\$ 200.00	7,665	\$ 1,533,000

B) ALIMENTOS.-

En función a las políticas de comercialización del Centro Recreativo Turístico, se considera contar con oferta de paquetas y planes tipo americano y americano modificado, dado que los alimentos se proporcionarán en óptimas condiciones de higiene y economía, con características de Auto-servicio.

Los demandantes del servicio de Restaurante, serán, en primer término los huéspedes del Hotel y, en segundo, con menor consumo, los clientes del Campamento y Campo para Casas Rodantes, dado que estos podrán preparar sus propios alimentos en las instalaciones proyectadas para tal efecto.

Pronósticos de Ocupación.-

Se toma como base, la ocupación hotelera, considerando los siguientes aspectos:

Del total de huéspedes del Hotel en el primer año de operación, se proyectó que el 80% de la ocupación, consume los 3 alimentos - y el 20% restante, solicite solamente un alimento.

Así como de la ocupación del Campamento y de las Casas Rodantes, se estimó que el 40% consume también un alimento.

TARIFAS.- De acuerdo a los costos de producción y los márgenes de utilidad razonables, se consideraron los siguientes precios:

DESAYUNO \$ 50.00

COMIDA 75.00

CENA 60.00

TARIFA PROMEDIO POR ALIMENTOS: \$ 61.00

- Pronóstico de Ventas al Primer Año de Operación:

TARIFA PROMEDIO	TARIFA POR 3 ALIMENTOS	OCUPACION RESTAURANTE	INGRESOS
	\$ 185.00	154,877	\$ 28,652,225
\$ 61.00		88,943	5,425,523
TOTAL			\$ 34,077,748

4.4.5. PROYECCION DE EGRESOS.-

- Salarios y Prestaciones.- Se consideraron .4 empleados por cuarto.

Por lo que el total de empleados es: 96

- Ingresos promedio mensuales: \$ 7,450.00 (incluyendo prestaciones).

La nómina mensual será de: \$ 715,200 y la anual de: \$ 8,582,400

- Materia Prima para Alimentos.- De acuerdo a estándares de la relación costo-beneficio, se consideró el 60% del total de los Ingresos por Alimentos, como costo de producción, para el servicio del Restaurante. El egreso anual será de: \$ 20,446,648.

- Mantenimiento, Reparación y Reposición.- Se consideraron las depreciaciones físicas de los activos fijos, para proyectar los costos de mantenimiento, a razón de:

- Construcción e Instalaciones: \$ 945,000.00

3 % del total del costo de inversión
por este concepto.

- Mobiliario y Equipo 1,895,000.00

5 % del total del costo de inversión
por este concepto.

COSTO ANUAL TOTAL \$ 2,840,000.00

- Lavandería y Tintorería.- Los costos por este concepto se proyectaron considerando que, un juego completo de blancos y toallas; siempre se encontrará en limpieza; en servicio otro juego; en reparación otro y el stock tendrá otro más. Los precios se determinaron en base a los existentes en la localidad.

2,432 piezas: uso del 55% el primer año

Costo Anual Total: \$ 513,638.00

- Papelería y Útiles de Escritorio: Costo fijo anual: \$ 50,000.00

- Agua, Luz y Fuerza.- El cálculo de este concepto, se basó en el correspondiente análisis por analogías con otra empresa similar.

Costo Variable Anual: \$ 905,110.00

- Promoción y Publicidad.- De acuerdo a la respuesta de la demanda, se tendrán gastos fijos y variables:

Costos Fijos Anuales: \$ 100,000.00

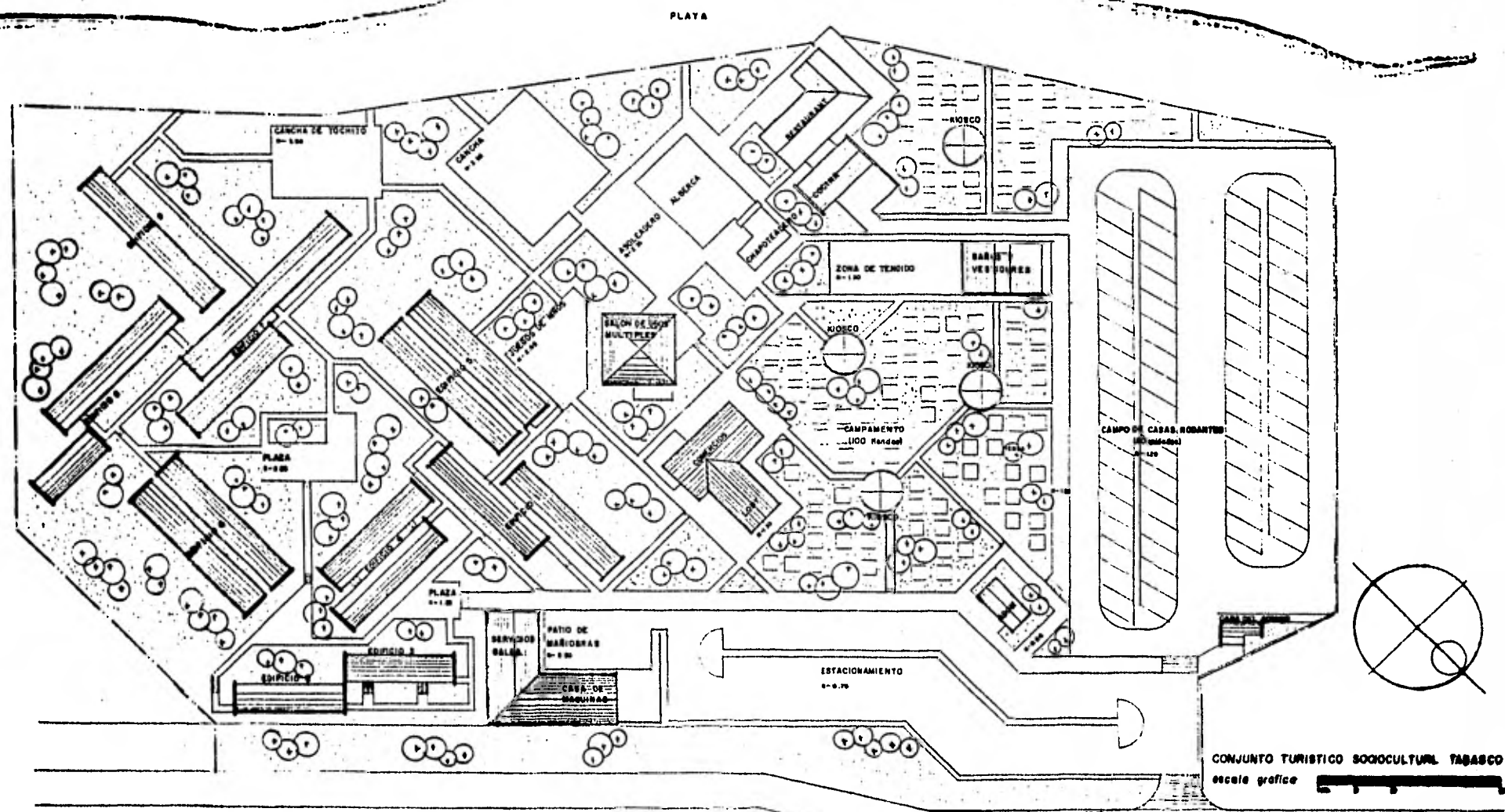
Costos Variables Anuales: \$ 250,000.00

- Seguros.- De acuerdo a la prima de seguros fijada por la Afianzadora:

Costo Fijo Anual: \$ 550,000.00

- Impuestos y Licencias.- Se consideran aquellas erogaciones de carácter fiscal o legal que toda empresa turfstica debe realizar para llevar a cabo su constitución.

Generalmente el costo se calcula a razón del 3.0 al millar, sobre el capital: Costo Fijo Anual: \$ 477,000.00



PLANTA DE CONUNTO

CONJUNTO TURISTICO SOCIOCULTURAL TABASCO
 escala grafica

4.5. OPERACION DEL CENTRO RECREATIVO TURISTICO.-

La operación del proyecto, se pretende que corra a cargo de una entidad de operación profesional, con servicios integrales que atiendan todos los elementos que ocurren en los viajes.

Que establezca contactos necesarios con el Sector Social particularmente con Sindicatos de trabajadores, federados y organizaciones juveniles, que al conocer las particularidades de ese sector, como son: --vacaciones, asuetos, alcances económicos de los diversos segmentos, inclinaciones y preferencias de ese tipo de demanda, establezca los mecanismos que conjunten todas las medidas tendientes a lograr la máxima ocupación del Centro Recreativo Turfstico y la plena satisfacción de los --usuarios, realizando una promoción racionalmente dirigida y procurando --una serie de ventajas económicas en sus convenios con: Agencias de Via--jes, medios de transporte, etc. Además de procurar la confección cuidadosa de menús y buffets económicos, pero de buena calidad nutricional, la diversificación de la recreación debidamente programada y el establecimiento de un sistema nacional de reservaciones.

Para lograr la correcta administración del Centro Recreativo --Turfstico, se requiere del desempeño de las funciones pertenecientes a los siguientes departamentos:

1) RECEPCION.- Es el centro principal y el punto de contacto o enlace --entre los huéspedes y el Hotel. Es el centro de información durante la permanencia de éstos en el Hotel y el último punto de contacto a la salida.

Las funciones básicas de la Recepción son:

- a) Manejar adecuadamente la disponibilidad de cuartos, con el fin de obtener diariamente el índice más alto de ocupación.
- b) Comprobar la lista de Reservas por llegar en el día, asignando el número de cuarto a cada una de ellas.
- c) Registrar al huésped, siguiendo los trámites establecidos.
- d) Elaborar los "Slips" correspondientes a cada departamento y enviarlos a los mismos.
- e) Llevar al día el Rack maestro (tarjetero donde se van colocando los slips, ordenándolos numéricamente según el cuarto).
- f) Manejar todos los mensajes, la correspondencia y los telegramas para los huéspedes.
- g) Proporcionar arreglos financieros y de crédito con los huéspedes.
- h) Brindar información sobre el Hotel, la comunidad y sobre los eventos o atracciones interesantes.

2.- RESERVACIONES.- La misión de este departamento, consiste en atender todas las peticiones al respecto, para apartar un determinado cuarto durante un período concreto de tiempo y en el plan solicitado.

Las funciones básicas del Departamento de Reservas son:

- a) Llevar un estricto control sobre la disponibilidad de cuartos, para evitar las sobre ventas e informar a los departamentos correspondientes, las fechas o períodos cerrados.
- b) Tener siempre actualizada la relación de las diversas reservas, clasificándolas según el tipo de solicitud.

- c) Prestar especial atención a las reservaciones de grupos, informándoles sobre las fechas límites, para que envíen la lista de los integrantes y, en su caso, el depósito correspondiente.
- d) Llevar un archivo de los clientes que proceden de instituciones que -- trabajan regularmente con el Hotel.
- e) Llevar un estricto control de los clientes que tenían reservación garantizada y no se presentaron, con el fin de proceder a efectuar el cargo correspondiente.
- f) Tomar debida nota de las reservaciones, cambios y cancelaciones de cuartos, llevando un estricto control de los depósitos.

3.- AMA DE LLAVES.- Es el departamento responsable de todas las actividades relacionadas con la limpieza y preparación de las habitaciones, de la limpieza de las áreas públicas y del servicio, conservación y limpieza de: la ropa de habitaciones, restaurante, uniformes, etc.

Las funciones de este departamento, son efectuadas principalmente por: las camaristas, las supervisoras, el ama de llaves, los mozos y los empleados de lavandería.

A) Funciones del Ama de Llaves.-

- a) Es la persona responsable de la perfecta limpieza de los cuartos y áreas públicas del hotel.
- b) Custodiar los objetos olvidados por los clientes, encargándose de que sean devueltos, si son reclamados; en caso contrario, y pasado el tiempo oportuno, los entregará a la persona que los encontró.
- c) Reportar al departamento de Mantenimiento, cualquier desperfecto, -- bloqueando aquellos cuartos cuya reparación se prolongue más de 24 horas.

- d) Elaborar el Reporte para Recepción, donde indicará con exactitud y cuarto por cuarto, la situación del hotel (cuartos ocupados, vacíos, bloqueados, etc.).
 - e) Entregar las llaves a las camaristas.
 - f) Supervisar la entrega de ropa por parte de Roperfa, así como el debido uso de la misma por parte de las camaristas.
 - g) Programar debidamente el lavado de alfombras y tapicería, renovando aquellas cuyo lavado resulta ya inútil.
 - h) Llevar un inventario de toda la ropa, así como de los materiales y productos de limpieza, solicitando a tiempo las existencias al Almacén.
- B) Funciones de la Supervisora de Cuartos y Areas Públicas.-**
- a) Llevar un control de los cuartos, reportando cualquier anomalía que observe en ellos.
 - b) Elaborar un programa de trabajo para las camaristas, entregándoles el reporte correspondiente.
 - c) Llevar el control de las llaves maestras.
 - d) Reportar bajas en los blancos y uniformes, explicando la razón.
 - e) Inspeccionar todos los cuartos y áreas públicas correspondientes, - elaborando reportes sobre la limpieza y estado.
 - f) Entregar a las camaristas, las dotaciones de ropa y suministros a - cuartos, vigilando su perfecta utilización.
 - g) Recibir de las camaristas los objetos olvidados por los huéspedes y entregarlos al Ama de Llaves, para su custodia.
 - h) Concentrar los reportes de las camaristas, entregándolos oportunamente al Ama de Llaves para que ella elabore el suyo para Recepción.

C) Funciones de la Camarista:

- a) Realizar meticulosamente la limpieza y arreglo de aquellos cuartos que le haya asignado la Supervisora, procurando no cambiar de sitio los objetos de los huéspedes.
- b) Seguir al pie de la letra, las instrucciones sobre los objetos olvidados en los cuartos.
- c) Reportar los accesorios que no funcionen correctamente.
- d) Mantener siempre cerrado debidamente el closet de los blancos.
- e) Reportar con calma, incendios o accidentes, de acuerdo a las instrucciones recibidas al respecto.
- f) Efectuar una limpieza a fondo del cuarto de baño, sin olvidar los azulejos de las paredes.
- g) Desinfectar el inodoro, colocando el precinto o protector, cuando se trate de un cuarto de salida.
- h) Comprobar por lo menos dos veces al día, que los suministros estén completos.
- i) Cambiar las toallas dos veces al día.
- j) Reportar cualquier accesorio que no funcione, así como los aparatos.

D) Funciones de los Mozos:

- a) Recorrer periódicamente las áreas públicas del hotel, con el fin de verificar su perfecto estado de limpieza.
- b) Supervisar el correcto uso y debido mantenimiento del equipo y aparatos utilizados para la limpieza.
- c) Mantener en buen estado todas las cortinas de las áreas públicas, chequeando el perfecto funcionamiento de las corredoras.

- d) Controlar las llaves de los restaurantes, bares y oficinas.
- e) Informar de los servicios especiales a prestar durante el día, para colaborar en ellos.
- f) En general, realizar todas aquellas actividades de limpieza que se le encarguen, observando siempre la compostura y presentación.

4.- PERSONAL UNIFORMADO.- Su misión fundamental consiste en ayudar a los huéspedes en todo lo que necesiten, tanto a su llegada, como a su salida e incluso durante su estancia. Las funciones básicas del departamento, son realizadas por: el Capitán de Botones, los Botones.

A) Funciones del Capitán de Botones:

- a) Actuar como Jefe del Departamento, distribuyendo adecuadamente el trabajo y supervisando el buen manejo de el equipo.
- b) Estar siempre informado de los eventos del día, supervisando la colocación de los anuncios correspondientes.
- c) Reportar a Seguridad, cualquier equipaje que le resulte sospechoso.
- d) Llevar cuidadosamente un control en donde se van apuntando todos los servicios efectuados por los botones (entradas y salidas). Antes de que saquen el equipaje del huésped que sale, debe comprobar si éste liquidó su cuenta, mediante el talón que entregará al Botones.

B) Funciones del Botones:

- a) Manejar con el mayor cuidado el equipaje de los clientes individuales y de grupo.
- b) Pedir la llave del cuarto correspondiente a la Recepción, acompañando al huésped para indicarle el camino, llevando su equipaje.

- c) Recomendar al huésped los servicios del Centro.
- d) Reportar cualquier anomalía en el cuarto, a la Recepción.
- e) Vocear a los huéspedes, en el lobby, restaurant y bar, reportando el resultado del voceo al Capitán de Botones.
- f) Llevar a los cuartos: telegramas, flores o paquetes especiales, recabando siempre la firma de la persona que los recibe.
- g) Llevar los mensajes y correspondencia del Centro Recreativo.
- h) Sacar el equipaje de la cajuela de los carros, llevándolo hasta el lobby, hasta que el cliente se registre.

5.- TELEFONOS.- En este departamento se reciben, comunican las llamadas telefónicas, del exterior al interior del Centro Recreativo, abarcando to das las áreas que cuentan con teléfono.

Está operado por: la Jefa de Teléfonos y las Operadoras.

A) Funciones de la Jefa de Teléfonos:

- a) Conocer a la perfección, todo el sistema telefónico instalado, para aprovecharlo al máximo.
- b) Comunicar oportunamente a la Compañía de Teléfonos, las fallas en el equipo, así como las extensiones descompuestas.
- c) Mantener debidamente actualizado el RACK de Información.
- d) Revisar los registros de llamadas telefónicas, con servicio restringido.
- e) Mantener un estricto control sobre el servicio de llamadas de larga distancia.
- f) Elaborar periódicamente un reporte del total de llamadas realizadas en determinado periodo, incluyendo los ingresos.

B) Funciones de la Operadora:

- a) Atender las llamadas con rapidez y cortesía, sacando el máximo aprovechamiento del equipo técnico.
- b) Estar siempre informada de los eventos que van a tener lugar en el Centro Recreativo.
- c) Conocer nombres y extensiones o teléfonos de todos los ejecutivos del Centro Recreativo.
- d) Tomar notas de las llamadas para huéspedes ausentes, entregándolas a Recepción o comunicando a este lugar.
- e) Conocer debidamente las instrucciones a seguir en casos de incendios o cualquier otra emergencia.
- f) Atender con diligencia las llamadas interurbanas o internacionales.
- g) Poner especial atención al poner el número telefónico proporcionado por el huésped, así como el de su cuarto.
- h) Enviar los diversos cargos a Recepción, para incluirlos en el estado del cliente.
- i) Preparar la nota de cargo por la llamada, aún cuando esta haya sido por cobrar. Se suele cargar un pequeño importe.
- j) Solicitar a la Central telefónica, los minutos y el importe de las conferencias, aún cuando se disponga de cronómetro propio.

6.- MANTENIMIENTO.- En este departamento, recae la responsabilidad de la limpieza de la mayor parte del hotel (áreas verdes o descubiertas, áreas públicas, maquinaria y equipo y en general todos los elementos que requieran de reparación o mantenimiento preventivo y correctivo). Las funciones básicas deben de ser conocidas por el jefe del departamento y sus colaboradores. Estas funciones se refieren principalmente a: e -

lectricidad, plomería, ventilación, aire acondicionado, reparaciones y -
mantenimiento del edificio.

A) Funciones del Jefe de Mantenimiento:

- a) Elaborar programas de trabajo para cada concepto o área que requiera de mantenimiento periódico, aplicando principalmente el mantenimiento preventivo para evitar el correctivo, y aplicar este último en caso necesario.
- b) Distribuir el trabajo entre su personal cuando le sean reportadas - las anomalías en las diferentes áreas del Centro Recreativo.
- c) Corregir los desperfectos en maquinaria e instalaciones, y, en caso de requerir los servicios de personas especializadas, reportarlo al Gerente General para que se autorice el trabajo y la llegada de dichas personas.
- d) Realizar visitas periódicas a las áreas del Centro Recreativo, para supervisar el funcionamiento y condiciones adecuadas del equipo, maquinaria e instalaciones.
- e) Elaborar reportes periódicos en los que presente los trabajos realizados y el costo de los mismos.
- f) Elaborar los vales que permitan obtener las herramientas y refacciones necesarias para ejecutar su trabajo, autorizándolas y enviándolas al Almacén para que sean surtidas.
- g) Mantiene al día las fichas de control de la maquinaria y supervisa si se llevan a cabo las operaciones de mantenimiento preventivo.
- h) Controla diariamente las principales instalaciones y su correcto - suministro.
- i) Elabora los presupuestos de mantenimiento preventivo y de los gastos de suministros.
- j) Supervisa la observancia de las normas de Seguridad e Higiene en el trabajo.

B) Funciones del Auxiliar de Mantenimiento:

- a) Realiza todas las reparaciones que su jefe inmediato le encomienda elaborando un repote de trabajo una vez terminada su labor.
- b) Colabora en la supervisión del buen funcionamiento de la maquinaria e instalaciones, corrigiendo las anomalías encontradas y reportándolas a su jefe inmediato.
- c) Realiza el suministro periódico requerido por las máquinas existentes (agua, grasa o aceite, gasolina, etc...).
- d) Desempeña las labores de limpieza de las áreas que así lo requieran.
- e) Ejecuta las reparaciones de los sistemas de electricidad, aire acondicionado, plomería, gas y ventilación.
- f) Realiza el mantenimiento periódico de las áreas que así lo requieran.
- g) Colabora en la realización de eventos especiales en los que se requiere la participación (conexiones, instalación de equipos eléctricos, etc.).

7.- COMPRAS.- Este departamento es el responsable de todas las actividades relacionadas con la compra o suministro de todo tipo de mercancías, maquinaria, enseres, alimentos y bebidas, etc., tratando siempre de conseguir la mejor calidad de los productos, al menor costo. El área requiere de un jefe de compras y auxiliares.

A) Funciones del Jefe de Compras:

- a) Recibe información de los precios que rigen en el mercado sobre: alimentos, bebidas, materiales, maquinaria, enseres, artículos de limpieza, suministros, etc., y, en general sobre aquellos productos que se requieran para lograr el adecuado funcionamiento del Centro Recreativo.
- b) Recibe representantes de las casas comerciales y sus ofertas para elegir a los que se adecúen a las necesidades del Centro Recreativo.
- c) Pide a los jefes de departamento información sobre la calidad de

las mercancías que le son ofertadas para proceder a su compra o prescindir del proveedor.

- d) Recibe las peticiones de compra de los diferentes departamentos.
- e) Envía las órdenes de compra ya autorizadas a las casas proveedoras y una copia al Almacén para que sean recibidas las mercancías.
- f) Realiza compras directamente o por teléfono; según esté establecido para cada mercancía.
- g) Aprueba el pago de facturas y determina las fechas de pago.

B) Funciones del Auxiliar de Compras:

- a) Recibe las requisiciones de compras por parte del encargado del Almacén de los departamentos.
- b) Mantiene un archivo de los proveedores, clasificándolo por el tipo de mercancía y anotando todos los datos necesarios para localizar a dichos proveedores.
- c) Elabora las órdenes de compra recabando la firma de autorización de su jefe inmediato y las envía o ejecuta de la manera más eficiente posible.
- d) Realiza las compras de manera directa o telefónicamente, según el tipo de mercancía.
- e) Informa sobre el pago de facturas, una vez autorizadas por su jefe inmediato.
- f) Elabora un reporte periódico sobre el total de compras realizadas en un determinado período, clasificándolas según el departamento y el tipo de artículos.

7.- PERSONAL.- Es el departamento responsable de todas las actividades encaminadas al reclutamiento, selección, contratación, inducción y desarrollo del personal, así como de la política salarial de la institución en cuanto -

a estudios y fiscalización de su desarrollo y control del cumplimiento de -- las normas que emanen de la Legislación vigente y que afecten a la empresa y, de todo lo relativo a las relaciones médico-laborales, relaciones humanas y - formación del personal.

A) Funciones del Jefe de Personal.-

- a) Realiza estudios salariales de la zona.
- b) Ejecuta las actividades necesarias para el reclutamiento del personal.
- c) Elige entre los candidatos a los puestos vacantes, al que reúna las características requeridas.
- d) Desarrolla actividades de tipo administrativo, para la contratación e - inscripción de los candidatos admitidos, en los registros oficiales y - privados de la empresa.
- e) Efectúa el registro y realiza los controles necesarios de las altas o - bajas por: enfermedades, accidentes, bajas definitivas u otras situaciones relacionadas con las ausencias al trabajo.
- f) Informa a los empleados que solicitan aclaraciones o presentan quejas sobre problemas derivados de sus relaciones laborales con la empresa.
- g) Elabora, coordina y ejecuta programas que tienen como fin el desarrollo de las relaciones humanas.
- h) Informa a la Dirección, de todas las actividades que realiza y de las - sugerencias del personal, que llegan a través de su Departamento.
- i) Informa a los Jefes de Departamento, de asuntos que les conciernen y - que tienen que ver con la Legislación Laboral.
- j) Presenta a la Dirección, las evaluaciones periódicas del personal y presenta la propuesta de premios, sanciones, ascensos, promociones, etc.

- k) Controla los horarios de entrada y salida del personal.
- l) Planea y organiza los sistemas de contratación, de formación de personal, de promoción, de seguridad, de higiene y seguridad de los trabajadores, de determinación de las estructuras salariales, de comunicación y consulta y, en general, el reglamento de los asuntos que interesan a los trabajadores.

9.- ALIMENTOS Y BEBIDAS.- Es el departamento encargado de proporcionar a los huéspedes y visitantes del Centro Recreativo, los servicios relacionados con los Alimentos y Bebidas, procurando que estos se confeccionen con materias primas de alta calidad, a niveles nutricionales adecuados, a costos reducidos y a través de un servicio eficiente al servirse.

Las funciones del Departamento son ejecutadas básicamente por: el Gerente de Alimentos y bebidas, cocineros, capitán de meseros, meseros, garroteros, jefe de bar y cajeros de restaurante y bar.

A) Funciones del Gerente de Alimentos y Bebidas:

- a) Supervisa y controla los departamentos y áreas que dependen de él.
- b) Supervisa la compra, recepción, almacenaje, salida y aprovechamiento debido de todos los Alimentos y Bebidas manejados en el Centro.
- c) Mantener un inventario actualizado de todo el equipo utilizado en los diversos departamentos bajo sus órdenes.
- d) Estar siempre perfectamente informado de la disponibilidad en el mercado de los diversos Alimentos y Bebidas, así como de sus precios.
- e) Revisar los menús preparados por los departamentos de Restaurante, a través de la cocina, con el fin de hacerlos competitivos y adecuados a los servicios de Turismo Social.

- f) Revisar junto con el Jefe de Recepción, el plan previsto de reservaciones, con el fin de alcanzar los objetivos previstos a las fechas de -- llegada de los huéspedes y visitantes.
- g) Supervisa la cantidad y calidad de los platillos y bebidas que se ofrecen a los clientes.
- h) Verifica y aprueba las compras a realizar.
- i) Revisa los costos y producción de comida y bebida, por unidades.
- j) Supervisa el estado de los almacenes de comida y bebida.

B) Funciones del Cocinero:

- a) Es la persona encargada de la transformación de alimentos, hasta convertirlos en el platillo requerido.
- b) Deberá surtirse previamente de la cantidad de materia prima requerida para la elaboración de los menús.
- c) Una vez terminado su trabajo, deberá mantener limpia el área de trabajo.
- d) Elaborar un reporte diario de las materias primas utilizadas o desechadas durante el día.

C) Funciones del Capitán de Meseros:

- a) Es la persona encargada de atender, desde su llegada hasta su salida, - al comensal que llegue al restaurante, proporcionándole una mesa y llevándole hasta ella.
- b) Deberá conocer perfectamente los platillos que se ofrecerán en el día, - para poder informar de ellos a los comensales.
- c) Distribuirá entre los meseros, las mesas que deberán atender.
- d) Una vez que los comensales han visto el menú, anotará en la comanda, el tipo y número de platillos.
- e) Supervisará el servicio oportuno de los platillos, hasta la mesa del comensal.

f) Verificaré la asistencia y presentación del personal a su cargo, reportando al departamento de Personal, cualquier anomalía.

D) Funciones de los Meseros:

- a) Recibirán del Capitán de Meseros, las comandas correspondientes a cada mesa, llevándola al área de cocina, para que los platillos sean servidos o en su caso elaborados.
- b) Una vez servidos los platos, los llevará a la mesa correspondiente, colocando cada plato en el lugar del comensal que requirió cada platillo.
- c) Servirá las bebidas solicitadas.
- d) Recogerá los platos vacíos cuando así se noten o cuando el comensal lo requiera.
- e) Pedirá el total del consumo al Capitán de Meseros y recibirá el dinero por el total de la cuenta o, en su caso, recabará la firma y el no. de cuarto del comensal.
- f) Entregará al Capitán de Meseros, la comanda, para enviarla después a Recepción y controlar los cargos.

E) Funciones del Garrotero:

- a) Es la persona encargada de colaborar estrechamente con el mesero, en la labor de servicio de platos y básicamente en la labor de recoger los platos sucios de las mesas, limpiarlos y colocar al principio de la comida, los elementos básicos para el servicio inicial.

F) Funciones del Jefe de Bar:

- a) Es el encargado de la elaboración de bebidas, tanto alcohólicas, como naturales y envasadas.
- b) Deberá contar con las recetas y procedimientos de preparación de bebidas.

- c) Mantendrá un stock adecuado de la cantidad de materias primas requeridas para la elaboración de Bebidas, solicitando al Almacén, cuando el stock llegue a su límite.
- d) Recibirá las comandas elaboradas por el Capitán de Meseros, elaborando inmediatamente las bebidas y entregándolas a los meseros.
- e) Reportará las ventas realizadas, diariamente.
- f) Supervisará la limpieza y el orden de todo el mobiliario, equipo y utensilios que se encuentren en en Bar.
- g) Funciones de los Cajeros de Restaurante y Bar:
 - a) Recibir del Capitán de Meseros o meseros, las comandas, totalizando -- cuando se le requiera, el consumo de Alimentos y Bebidas.
 - b) Recibir el dinero correspondiente al pago del consumo total, otorgando - cambio en efectivo, en su caso y guardando los importes recibidos.
 - c) Realizar un reporte diario del consumo total de Alimentos y Bebidas, - efectuando el corte de caja, cuando termine su turno, y entregando los comprobantes y dinero recibido, al departamento correspondiente.
 - d) En general, cobrar cualquier consumo de Alimentos y Bebidas.

10.- CONTABILIDAD.-

Es el departamento encargado de la determinación de los recursos financieros que deberá allegarse para lograr la operación normal del Centro - Recreativo en general y para cada uno de sus departamentos, de aprovechar eficientemente dichos recursos y de realizar los registros y documentos necesarios para el ordenamiento, análisis, evaluación y presentación de las operaciones practicadas por todos los departamentos, con el fin de conocer los resultados departamentales y generales, obtenidos en diferentes periodos y poder así, planear acciones posteriores.

A) Funciones del Contador:

- a) Determinar las necesidades de recursos financieros requeridos para el desarrollo normal y futuro de las operaciones efectuadas.
- b) Establecer las fuentes de capital, tanto internas como externas, especificando las condiciones para obtener los fondos.
- c) Determinar los objetivos y políticas financieras, relativas a los recursos ajenos y a los propios.
- d) Diseñar programas financieros, en relación a los fondos ajenos y propios.
- e) Elaborar proyectos de pagos de pasivos, ajenos y propios.
- f) Determinar los objetivos y políticas referentes a la contabilidad de las operaciones.
- g) Diseñar programas relativos a la contabilidad, determinando las órdenes de proceso de datos y qué lapso de tiempo deben abarcar los asuntos a procesar.
- h) Determinar el tipo y sistema de registros contables que deberán realizarse, así como los Estados Financieros.
- i) Establecer los controles para los principales renglones de los Estados Financieros.
- j) Elaborar el análisis, evaluación y presentación de Estados Financieros, para conocer el rendimiento de los fondos invertidos y la eficacia de las operaciones realizadas, así como el cumplimiento de los controles.
- k) Determinar las razones financieras, normas de aplicación y tipos de análisis financieros, para conocer los resultados de operación, la rentabilidad de los recursos invertidos y el rendimiento real de las operaciones.

- l) Elaborar presupuestos generales, en base a las necesidades monetarias, de cada uno de los departamentos.
- m) Autorizar las salidas de monetario, a cada departamento que lo requiera.
- n) Autorizar los recursos monetarios referentes al pago de sueldos y salarios al personal.
- ñ) Elaborar presupuestos para pagos y erogaciones de costos y gastos necesarios para la operación del Centro.
- o) Deberá mantener un archivo en forma limpia, ordenada y sistemática, de todos los registros e información financiera manejada.

11.- GERENCIA GENERAL.- Es el área responsable de planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar todas las acciones encaminadas a la promoción, venta, publicidad y en general todas las acciones relativas a la prestación de los servicios derivados por el Alojamiento y Alimentación y recreaciones, así como la administración desde el punto de vista contable y financiero del Centro Recreativo.

A) Funciones del Gerente o Director General.-

- a) Decidir objetivos, directrices, programas y presupuestos necesarios, para cumplir los planes que se han fijado.
- b) Proponer el tipo de organización general de la empresa.
- c) Determinar el presupuesto que se debe asignar a cada uno de los departamentos.
- d) Representar al Centro Recreativo, ante las autoridades y entidades oficiales, así como ante las diversas cámaras y diversas asociaciones de las que el Centro sea miembro.
- e) Responsabilizarse de que el Centro Recreativo cumpla las leyes y reglamentos, tanto laborales como administrativas.

f) Encargarse del perfecto funcionamiento de todos los departamentos, coordinando sus diversas actividades y delegando oportunamente en los jefes departamentales.

g) Establecer la política a seguir en las relaciones del Centro Recreativo, con los empleados y sindicatos.

h) Firmar cualquier tipo de contrato necesario, para el correcto desenvolvimiento de las actividades propias del Centro.

b) Funciones del Subgerente:

a) Establecer un control adecuado sobre toda la documentación del Centro Recreativo, llevando un archivo central de información.

b) Supervisar el cumplimiento de los contratos y reglamentos, tanto oficiales, como de carácter interno, incluyendo los del Seguro Social y los de Seguridad e Higiene.

c) Dirigir el servicio de vigilancia necesario para la protección del hotel y de los huéspedes.

d) Despachar la correspondencia general del Centro.

e) Supervisar el movimiento de los distintos almacenes.

f) Programar las actividades de aquellos departamentos que tengan relación entre sí, para lograr su máximo aprovechamiento.

g) Promover una eficiente comunicación, a todos los niveles jerárquicos.

h) Supervisar que todos los empleados dispongan de los medios necesarios para realizar adecuadamente su trabajo.

4.6. ANEXOS DE LA ELABORACION DEL PROYECTO

ESTADO PRO-FORMA DE RESULTADOS
CENTRO SOCIOCULTURAL "TABASCO"

CANTIDADES EN MILES DE PESOS

ANO DE OPERACION	1	2	3	4	5
TASA DE OCUPACION PROMEDIO	65	70	75	80	85
TARIFA REAL PROMEDIO	600	600	600	600	600
INGRESOS					
CUARTOS	34,164	36,792	39,420	42,048	44,676
ALIMENTOS	34,078	36,699	39,321	41,942	44,564
DEBIDAS	13,700	14,754	15,808	16,862	17,915
OTROS	8,651	9,316	9,982	10,647	11,313
TOTAL DE INGRESOS	90,593	97,562	104,530	111,499	118,468
COSTOS DEPARTAMENTALES					
CUARTOS	5,125	5,519	5,913	6,308	6,702
ALIMENTOS	20,447	22,020	23,593	25,166	26,738
DEBIDAS	7,535	8,115	8,694	9,274	9,853
OTROS	295	318	340	363	386
TOTAL DE COSTOS DEPARTAMENTALES	33,402	35,971	38,541	41,110	43,680
UTILIDAD DEPARTAMENTAL					
CUARTOS	29,039	31,273	33,507	35,740	37,974
ALIMENTOS	13,631	14,680	15,728	16,777	17,825
DEBIDAS	6,165	6,639	7,113	7,588	8,062
OTROS	8,356	8,999	9,642	10,284	10,927
TOTAL DE UTILIDAD DEPARTAMENTAL	57,191	61,590	65,990	70,389	74,788
GASTOS GENERALES					
ADMINISTRACION	4,530	4,878	5,227	5,575	5,924
PUBLICIDAD Y PROMOCION	350	369	388	408	427
AGUA, LUZ Y FUERZA	905	975	1,044	1,114	1,183
REPARACION Y MANTENIMIENTO	2,840	3,058	3,277	3,495	3,714
TOTAL DE GASTOS GENERALES	8,625	9,281	9,937	10,592	11,248
UTILIDAD BRUTA DE OPERACION	48,566	52,310	56,053	59,797	63,540
ARRENDAMIENTO Y CONCESIONES	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
UTILIDAD DEL HOTEL	50,066	53,810	57,553	61,297	65,040
COMISIONES DE OPERADOR	0	0	0	0	0
UTILIDAD DE OPERACION	50,066	53,810	57,553	61,297	65,040
GASTOS Y COSTOS FINANCIEROS					
INTERES DEL CREDITO SOLICITADO	28,163	28,163	28,163	27,712	27,139
OTROS INTERESES	0	0	0	0	0
IMPUESTOS Y LICENCIAS	477	477	477	477	477
SEGUROS	550	550	550	550	550
TOTAL	29,190	29,190	29,190	28,739	28,166

UTILIDAD ANTES DE DEPRECIACIONES	20,876	24,620	28,363	32,558	36,874
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	7,950	7,950	7,950	7,950	7,950
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA	12,926	16,670	20,413	24,608	28,924
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	5,429	7,001	8,573	10,335	12,148
PARTICIPACIONES A TRABAJADORES	0	1,334	1,633	1,969	2,314
TOTAL	5,429	8,335	10,207	12,304	14,462
UTILIDAD O PERDIDA NETA	7,497	8,335	10,207	12,304	14,462
UTILIDAD NETA/VENTAS (%)	8	9	10	11	12
UTILIDAD NETA/APORTACION (%)	13	15	18	22	24
UTILIDAD NETA/INVERSION (%)	5	5	6	8	9
CAPACIDAD DE PAGO					
FLUJO DE EFECTIVO ANTES DEL SERVICIO DE LA DEUDA	43,610	44,448	46,320	47,966	49,551
PAGO DE INTERESES MAS CAPITAL	28,163	28,163	29,817	29,817	29,817
FLUJO DE EFECTIVO DESPUES DEL SERVICIO DE LA DEUDA	15,447	16,285	16,503	18,149	19,734
EXCEDENTE/COMROMISO (%)	55	58	55	61	66

ESTADO PRO-FORMA DE RESULTADOS
CENTRO SOCIOCULTURAL 'TABASCO'

CANTIDADES EN MILES DE PESOS

ANO DE OPERACION	6	7	8	9	10
TASA DE OCUPACION PROMEDIO	85	85	85	85	85
TARIFA REAL PROMEDIO	600	600	600	600	600
INGRESOS					
CUARTOS	44,676	44,676	44,676	44,676	44,676
ALIMENTOS	44,564	44,564	44,564	44,564	44,564
BEBIDAS	17,915	17,915	17,915	17,915	17,915
OTROS	11,313	11,313	11,313	11,313	11,313
TOTAL DE INGRESOS	118,468	118,468	118,468	118,468	118,468
COSTOS DEPARTAMENTALES					
CUARTOS	6,702	6,702	6,702	6,702	6,702
ALIMENTOS	26,738	26,738	26,738	26,738	26,738
BEBIDAS	9,853	9,853	9,853	9,853	9,853
OTROS	386	386	386	386	386
TOTAL DE COSTOS DEPARTAMENTALES	43,680	43,680	43,680	43,680	43,680
UTILIDAD DEPARTAMENTAL					
CUARTOS	37,974	37,974	37,974	37,974	37,974
ALIMENTOS	17,825	17,825	17,825	17,825	17,825
BEBIDAS	8,062	8,062	8,062	8,062	8,062
OTROS	10,927	10,927	10,927	10,927	10,927
TOTAL DE UTILIDAD DEPARTAMENTAL	74,788	74,788	74,788	74,788	74,788
GASTOS GENERALES					
ADMINISTRACION	5,924	5,924	5,924	5,924	5,924
PUBLICIDAD Y PROMOCION	427	427	427	427	427
AGUA, LUZ Y FUERZA	1,183	1,183	1,183	1,183	1,183
REPARACION Y MANTENIMIENTO	3,714	3,714	3,714	3,714	3,714
TOTAL DE GASTOS GENERALES	11,248	11,248	11,248	11,248	11,248
UTILIDAD BRUTA DE OPERACION	63,540	63,540	63,540	63,540	63,540
ARRENDAMIENTO Y CONCESIONES	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500
UTILIDAD DEL HOTEL	65,040	65,040	65,040	65,040	65,040
COMISIONES DE OPERADOR	0	0	0	0	0
UTILIDAD DE OPERACION	65,040	65,040	65,040	65,040	65,040
GASTOS Y COSTOS FINANCIEROS					
INTERES DEL CREDITO SOLICITADO	26,409	25,480	24,298	22,794	20,880
OTROS INTERESES	0	0	0	0	0
IMPUESTOS Y LICENCIAS	477	477	477	477	477
SEGUROS	550	550	550	550	550
TOTAL	27,436	26,507	25,325	23,821	21,907

UTILIDAD ANTES DE DEPRECIACIONES	37,604	38,533	39,715	41,219	43,133
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	7,950	7,950	7,950	7,950	7,950
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA	29,654	30,583	31,765	33,269	35,183
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	12,455	12,845	13,341	13,973	14,777
PARTICIPACIONES A TRABAJADORES	2,372	2,447	2,541	2,662	2,815
TOTAL	14,827	15,292	15,883	16,635	17,592
UTILIDAD O PERDIDA NETA	14,827	15,292	15,883	16,635	17,592
UTILIDAD NETA/VENTAS (%)	13	13	13	14	15
UTILIDAD NETA/APORTACION (%)	27	27	29	30	32
UTILIDAD NETA/INVERSION (%)	9	10	10	10	11
CAPACIDAD DE PAGO					
FLUJO DE EFECTIVO ANTES DEL SERVICIO DE LA DEUDA	49,186	48,722	48,131	47,379	46,422
PAGO DE INTERESES MAS CAPITAL	29,817	29,817	29,817	29,817	29,817
FLUJO DE EFECTIVO DESPUES DEL SERVICIO DE LA DEUDA	19,369	18,905	18,314	17,562	16,605
EXCEDENTE/COMPROMISO (%)	65	63	61	59	56

CANTIDADES EN MILES DE PESOS
CENTRO SOCIOCULTURAL "TABASCO"

INGRESOS	
CUARTOS	420,480
ALIMENTOS	419,421
BEBIDAS	168,615
OTROS	106,474
TOTAL DE INGRESOS	1,114,992
COSTOS DEPARTAMENTALES	
CUARTOS	63,077
ALIMENTOS	251,655
BEBIDAS	92,738
OTROS	3,631
TOTAL DE COSTOS DEPARTAMENTALES	411,101
UTILIDAD DEPARTAMENTAL	
CUARTOS	357,403
ALIMENTOS	167,766
BEBIDAS	75,877
OTROS	102,843
TOTAL DE UTILIDAD DEPARTAMENTAL	703,889
GASTOS GENERALES	
ADMINISTRACION	55,754
PUBLICIDAD Y PROMOCION	4,077
AGUA, LUZ Y FUERZA	11,130
REPARACION Y MANTENIMIENTO	34,954
TOTAL DE GASTOS GENERALES	105,923
UTILIDAD BRUTA DE OPERACION	597,966
ARRENDAMIENTO Y CONCESIONES	15,000
UTILIDAD DEL HOTEL	612,966
COMISIONES DE OPERADOR	0
UTILIDAD DE OPERACION	612,966
GASTOS Y COSTOS FINANCIEROS	
INTERES DEL CREDITO SOLICITADO	259,201
OTROS INTERESES	0
IMPUESTOS Y LICENCIAS	4,770
SEGUROS	5,500
TOTAL	269,471
UTILIDAD ANTES DE DEPRECIACIONES	343,495
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	79,500

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA	263,995
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	110,878
PARTICIPACIONES A TRABAJADORES	20,086
TOTAL	130,964
UTILIDAD O PERDIDA NETA	133,032
UTILIDAD NETA/VENTAS (%)	12
UTILIDAD NETA/APORTACION (%)	24
UTILIDAD NETA/INVERSION (%)	8
CAPACIDAD DE PAGO	
FLUJO DE EFECTIVO ANTES DEL SERVICIO DE LA DEUDA	471,733
PAGO DE INTERESES MAS CAPITAL	294,862
FLUJO DE EFECTIVO DESPUES DEL SERVICIO DE LA DEUDA	176,871
EXCEDENTE/COMPROMISO (%)	60

CREDITO OTORGADO A CENTRO SOCIOCULTURAL TABASCO

CANTIDADES EN MILES DE PESOS
TABLA DE AMORTIZACIONES

PERIODO	CAPITAL	PAGO AL CAPITAL	PAGO DE INTERESES	PAGO TOTAL
1	103,350	0	28,163	28,163
2	103,350	0	28,163	28,163
3	103,350	0	28,163	28,163
4	103,350	1,654	28,163	29,817
5	101,696	2,105	27,712	29,817
6	99,591	2,678	27,139	29,817
7	96,913	3,408	26,409	29,817
8	93,504	4,337	25,480	29,817
9	89,167	5,519	24,298	29,817
10	83,648	7,023	22,794	29,817
11	76,625	8,937	20,880	29,817
12	67,688	11,372	18,445	29,817
13	56,317	14,471	15,346	29,817
14	41,846	18,414	11,403	29,817
15	23,432	23,432	6,385	29,817
		103,350	330,943	442,293
MONTO DEL PRESTAMO	103,350			
TASA DEL PRESTAMO	27.25 %			

SE ANALIZAN 30 PERIODOS DE LA VIDA DEL PROYECTO
 CENTRO SOCIOCULTURAL "TABASCO"
 SE USA UNA TASA DE DESCUENTO DEL 10 %

ANO	BENEFICIOS	COSTOS	BENEFICIOS NETOS
0	0.00	159,000.00	-159,000.00
1	92,093.00	43,054.00	49,039.00
2	99,062.00	46,279.00	52,783.00
3	106,030.00	49,504.00	56,526.00
4	112,999.00	52,730.00	60,269.00
5	119,968.00	55,955.00	64,013.00
6	119,968.00	55,955.00	64,013.00
7	119,968.00	55,955.00	64,013.00
8	119,968.00	55,955.00	64,013.00
9	119,968.00	55,955.00	64,013.00
10	119,968.00	55,955.00	64,013.00
11	119,968.00	55,955.00	64,013.00
12	119,968.00	55,955.00	64,013.00
13	119,968.00	55,955.00	64,013.00
14	119,968.00	55,955.00	64,013.00
15	119,968.00	55,955.00	64,013.00
16	119,968.00	55,955.00	64,013.00
17	119,968.00	55,955.00	64,013.00
18	119,968.00	55,955.00	64,013.00
19	119,968.00	55,955.00	64,013.00
20	119,968.00	55,955.00	64,013.00
21	119,968.00	55,955.00	64,013.00
22	119,968.00	55,955.00	64,013.00
23	119,968.00	55,955.00	64,013.00
24	119,968.00	55,955.00	64,013.00
25	119,968.00	55,955.00	64,013.00
26	119,968.00	55,955.00	64,013.00
27	119,968.00	55,955.00	64,013.00
28	119,968.00	55,955.00	64,013.00
29	119,968.00	55,955.00	64,013.00

ITERACION	VALOR PRESENTE NETO	TASAS DE DESCUENTO (%)
1	1,657,167.80	0.01
2	678,545.10	5.99
3	274,656.54	13.47
4	100,483.65	22.40
5	26,960.10	30.67
6	3,284.98	34.83
7	62.55	35.49
8	0.02	35.50
9	0.00	35.50

TASA INTERNA DE RENDIMIENTO 35.50 %

TASA DE DESCUENTO	10.00
VALOR PRESENTE DE BENEFICIOS	1,066,202.54
VALOR PRESENTE DE COSTOS	656,501.97
VALOR PRESENTE NETO	409,700.57
RAZON BENEFICIO SOBRE COSTO	1.62
PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL	5 ANOS

CENTRO SOCIOCULTURAL "TABASCO"
GRAFICA DEL VALOR PRESENTE NETO VS. TASA DE DESCUENTO
TASA INTERNA DE RENDIMIENTO = 35.50 %

V PRES NETO
MILES DE PESOS

1,659,940.0 *
1,612,513.1 |
1,565,086.3 |
1,517,659.4 *
1,470,232.6 |
1,422,805.7 +
1,375,378.9 *
1,327,952.0 |
1,280,525.1 *
1,233,098.3 |
1,185,671.4 *
1,138,244.6 +
1,090,817.7 *
1,043,390.9 |
995,964.0 *
948,537.1 *
901,110.3 |
853,683.4 + *
806,256.6 *
758,829.7 *
711,402.9 *
663,976.0 *
616,549.1 *
569,122.3 + *
521,695.4 *
474,268.6 *
426,841.7 *
379,414.9 *
331,988.0 *
284,561.1 + *
237,134.3 *
189,707.4 *
142,280.6 *
94,853.7 *
47,426.9 *

CONCLUSIONES

- 1.- La actividad turística, vista desde cualquier ángulo, constituye un elemento de suma importancia para el desarrollo de cualquier región, debido a la gran diversidad de beneficios económicos y sociales que se obtienen de la práctica del Turismo.
- 2.- El Turismo Social, es una modalidad de la actividad turística, que tiene por objeto, integrar a los grupos de personas que perciben bajos recursos económicos, a las corrientes turísticas, permitiéndoles obtener los siguientes beneficios:
 - a) La práctica del Turismo Social, representa una forma de desarrollo personal, a través del descanso constructivo.
 - b) Permite la ampliación de criterios personales, a través del conocimiento de las diferentes costumbres, ideologías y valores de los lugares visitados.
 - c) Proporciona a los sujetos del Turismo Social, un medio sano y adecuado para utilizar el tiempo libre otorgado por las Leyes Laborales vigentes, utilizando servicios turísticos y complementarios, en base a tarifas reducidas, conjuntando una gran diversidad de recreaciones y medios de esparcimiento.
- 3.- El Estado de Tabasco, posee un gran número de recursos naturales y culturales que no han podido ser aprovechados eficientemente, debido a la saturación de la oferta de hospedaje, provocada por la utilización de la planta turística para satisfacer la escasez de la vivienda, lo que ha dificultado la permanencia en los lugares que poseen atractivos turísticos y, frenando por consiguiente, los desplazamientos.

tos y movimientos que se producen de la práctica del Turismo.

- 4.- La propuesta de construcción y operación de un Centro Recreativo Turístico, integrado por un Hotel con capacidad para 240 habitaciones, un Campamento para 100 tiendas y un Campo para Casas Rodantes con capacidad para 60 unidades, complementado con servicios recreativos, deportivos y de alimentos y bebidas, contribuirá en cierta medida, a incrementar la oferta de hospedaje, descentralizándola hacia un lugar diferente de la ciudad de Villahermosa y con la característica de ser un establecimiento sin fines lucrativos, promoverá el aprovechamiento de los recursos turísticos de la Entidad, motivando a los usuarios del Centro a visitarlos y conocerlos.
- 5.- Asimismo, se pretende proporcionar un sitio que reúna diversos servicios turísticos que motiven los desplazamientos de visitantes locales, nacionales y aún extranjeros, propiciando movimientos económicos y sociales que redunden en beneficios similares, para alcanzar un mayor desarrollo de la localidad, y por consiguiente, del Estado.
- 6.- Se eligió el Estado de Tabasco como ubicación del proyecto, con el fin de otorgar a los habitantes de la Entidad, un medio de recreación y esparcimiento dirigido a las clases económicamente débiles y para cumplir con la obligación proveniente de las Leyes Laborales, que obligan a los patrones a proporcionar las facilidades para aprovechar los tiempos libres de los trabajadores de la Entidad.
- 7.- La correcta administración y operación del Centro Recreativo, permitirá obtener los beneficios económicos que se determinaron en la Evaluación económico-financiera; beneficios que, no por el hecho de pretender alcanzar fines no lucrativos, no deban obtenerse.

8.- En caso de llevarse a cabo este proyecto, su adecuada operación y -- promoción, motivarán a nuevos inversionistas a realizar un mayor número de organismos que busquen los mismos fines y, permitirán a la demanda actual de usuarios reales y potenciales, gozar de los diversos atractivos que proporcionan los Centros Recreativos de esta naturaleza.

CITAS BIBLIOGRAFICAS

- 1) ALVAREZ ANGUIANO, Jorge. Auditoría Administrativa. México: Facultad de Contaduría y Administración (U.N.A.M.). 1968.
- 2) ANTHONY, Robert N. La Contabilidad en la Administración de Empresas. México: Impresora y Editora Mexicana, S.A. de C.V. 1974.
- 3) ARIAS GALICIA, Fernando. La Contabilidad en la Administración de Empresas. México: Trillas. 1976.
- 4) AYMAMI, Jorge. El Turismo Social no es Turismo Barato. Reportaje para el "Sol de México" (periódico). México. 1980.
- 5) BANCO NACIONAL DE MEXICO. Estadísticas Básicas del Turismo. 1970-1979. México: Offset Setenta, S.A. 1980.
- 6) BECERRA, Marcos E. Nombres Geográficos del Estado de Tabasco. México: Imprenta del Gobierno Federal. 1978. 2da. Edición.
- 7) CAMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNION. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. México: Talleres Gráficos de la Cámara de Diputados. 1973.
- 8) COMITE PROMOTOR DE DESARROLLO SOCIO-ECONOMICO DEL ESTADO DE TABASCO. Plan Estatal de Desarrollo. 2da. Versión. México: Gobierno del Estado de Tabasco. 1979. Volúmenes:
 - a) Documento General
 - b) 10 Documentos Sectoriales (Educación, Ciencia y Tecnología, Comercio, Comunicaciones y Transportes, Agropecuario y Forestal, Salud y Seguridad Social, Industria, Petróleo, Pesca, Asentamientos Humanos y Turismo).
 - c) 17 Documentos Municipales (uno por cada municipio)

- 9) DE LA TORRE PADILLA, Oscar. El Turismo, Fenómeno Socio-Económico y Cultural. México: Porrúa, S.A. 1976.
- 10) DELEGACION DE TURISMO DEL ESTADO DE TABASCO. Tabasco, Villahermosa, en el Espejo del Grijalva. Folleto. México: 1980.
- 11) DICKSON, Franklyn J. El éxito de la Administración de las Empresas - Medianas y Pequeñas. México: Diana. 1978. (4a. Impresión).
- 12) ENRIQUEZ, Celso. Compendio de las Culturas Pre-hispánicas de México. México: Litográfica Machado. 1979.
- 13) GARZA P.; LOYA, A.; ARANDA, A.; BARTILOTTI P. Papeles: México Comenzó en Tabasco. México: Editorial Dos Puntos. 1978.
- 14) GARZA P.; SANCHEZ, M. A.; SARMIENTO, S.; ARANDA, A.; MORA, M. Papeles: Tabasco Caudaloso. México: Editorial Dos Puntos. 1978.
- 15) GIL Y SAENZ, Manuel. Compendio Histórico, Geográfico y Estadístico - del Estado de Tabasco. México: Consejo Editorial del Gobierno del Estado de Tabasco. 1979 (2da. Edición fascimular).
- 16) GOMEZ LUNA, Luis. Villahermosa y sus Alrededores. Revista: La Gufa -- Amerilla. México: Offset, S.A. 1979.
- 17) GOBIERNO DEL ESTADO DE TABASCO. El Palacio Legislativo (Escudo de - Tabasco, Casa de Piedra, Tabasqueños Ilustres, Constituyentes Tabasqueños). Recopilación Histórica. México: 1979.
- 18) HUNT; WILLIAMS; DONALDSON. Financiación Básica de los Negocios. México: Impresora y Editora Mexicana. 1974 (4a. Reimpresión).
- 19) KOTLER, Philip. Dirección de Mercadotecnia, Análisis, Planeación y - Control. México: Diana. 1976. (6a. Impresión).
- 20) LARA FLORES, Elías. Primer Curso de Contabilidad. México: Trillas. 1974. (8a. Reimpresión).

- 21) NAVA ESCALANTE, Luis. Turismo Social. México: autor. 1978.
- 22) ORTUÑO MARTINEZ, Manuel. Introducción al Estudio del Turismo. -- México: Porrúa. 1977.
- 23) OLIVERA TORO, Jorge. Legislación y Organización Turfstica Mexicana. México: Porrúa. 1977.
- 24) PEREA, Francisco. Información Financiera. México: Ediciones Conta--bles y Administrativas. 1977.
- 25) REYES PONCE, Agustín. Administración de Empresas. Teoría y Práctica. Primera y Segunda Parte. México: Editorial Limusa. 1976.
- 26) ROMERO, Héctor Manuel. El Turismo y su Desarrollo en México. México: Secretaría de Turismo. 1980.
- 27) ROVIROSA, José N. Reseña Geográfica y Estadística del Estado de Ta--basco. México: Consejo Editorial del Gób. de Tabasco. 1979 (2da. im)
- 28) SAGAL Y ASOCIAOOS, S.A. CONSULTORES EN TURISMO. El Sector Turismo en el Estado de Tabasco. México: Gobierno del Estado de Tab. 1980.
- 29) SECRETARIA DE TURISMO. Ley Federal de Turismo. México: Diario Oficial. 1979. (Remisión a la Cámara de Senadores, Dictámen a las 1a. y 2da. Lec.)
- 30) SECRETARIA DE TURISMO.- Primera Reunión Nacional de Promotores de Tu--rismo Social. México: Sectur. 1980 (4 volúmenes).
- 31) SECRETARIA DE TURISMO. Reglamento de las Agencias de Viajes. México Diario Oficial. 1969.
- 32) SISTEMA NACIONAL DE PLANIFICACION TURISTICA. Plan Nacional de Turismo. México: Secretaría de Turismo. 1979 .
- 33) SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO. Manual de Estadísticas Bási--cas del Estado de Tabasco. México: Gobierno del Estado de Tabasco. 1980.
- 34) VALENZUELA DE LA C., Gilberto. El Proceso Administrativo en las Areas Funcionales de la Empresa. México: Textos Universitarios. 1976.