



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

**CREACION DE UN CENTRO TURISTICO EJIDAL COMO
FACTOR DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONOMICO**

**SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

P R E S E N T A N

**ANGEL P. SANCHEZ LIMA
GUSTAVO GONZALEZ GANICO
AGUSTIN LANDEROS RUIZ
SAMUEL LOPEZ DE LARA Y CASTAÑON
LUIS C. TORRA ZUBIRAN**

LIC. ALEJANDRO VELEZ SAENZ

9259 1979

14.
175

215

XCB1



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 GENERAL

PRIMERA PARTE

- CAPITULO I EL EJIDO EN MEXICO
CAPITULO II EL TURISMO EN MEXICO

SEGUNDA PARTE

- CAPITULO I CREACION DE UN
CENTRO TURISTICO

TERCERA PARTE

- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A PARTIR
DE ESTA
PAGINA

FALLA DE
ORIGEN

INTRODUCCION

Históricamente el problema agrario ha estado presente en todas las épocas. Todos los gobiernos han confrontado el problema de la propiedad, tenencia y usufructo de la tierra desde diversos puntos de vista e intereses.

En el actual contexto social, político y económico del país, el ejido representa dentro del sistema de propiedad de la tierra una unidad básica de producción.

La legislación sobre turismo y los programas de la Secretaría de la Reforma Agraria contemplan el desarrollo de unidades ejidales turísticas, ampliando el concepto simplista de la función del ejido. Se ha formulado un plan nacional aprovechando los atractivos turísticos con que cuentan los ejidos tales como cascadas, ríos, bosques, lagos, etc.

Motivados por la necesidad existente en el país de incrementar el desarrollo del campo a través de diferentes programas, e-

legimos para este trabajo de Seminario de Investigación, el tema Creación de un Centro Turístico Ejidal como factor de desarrollo social y económico para el Ejido de San Lorenzo Teotepilco, con el objeto de plantear una de las posibles soluciones a los problemas que limitan el desarrollo integral del Ejido.

Nuestro estudio se enfoca a la explotación racional de los recursos naturales del Ejido de San Lorenzo Teotepilco, organizando un centro turístico que favorezca el desarrollo social y económico del lugar, beneficiando directamente al ejidatario.

Además, con la creación de este Centro Turístico, se logrará poner al alcance de familias de escasos recursos la posibilidad de disfrutar de esparcimiento sano y al alcance de su presupuesto.

Igualmente se contribuye a frenar la migración a las ciudades arraigándolos a fuentes de trabajo en el mismo ejido y, consecuentemente, mejorando sus ingresos y nivel de vida.

PRIMERA PARTE

CAPITULO I. EL EJIDO EN MEXICO

1. INTRODUCCION

2. ANTECEDENTES

2.1. MEXICO PREHISPANICO

2.2. LA COLONIA

2.3. LA INDEPENDENCIA

2.4. MEXICO INDEPENDIENTE

2.5. LA REFORMA

2.6. EL PORFIRIATO

2.7. LA REVOLUCION

2.8. EVOLUCION DE LA LEGISLACION AGRARIA

3. EJIDO ACTUAL

4. ORGANIZACION EN EL SECTOR EJIDAL

4.1. LA ORGANIZACION INTERNA DEL EJIDO

I. EL EJIDO EN MEXICO

1. INTRODUCCION

La Reforma Agraria Mexicana se ha propuesto democratizar la tenencia de la tierra y romper una estructura feudal de poder político y económico. En base a este objetivo se ha tratado de lograr la multiplicación de las pequeñas propiedades privadas: de una manera directa, a través de la dotación y reconocimiento de los ejidos y comunidades y, de una manera indirecta, volviendo ilegítimo al latifundio.

La organización colectiva debe entenderse como un proceso tendiente a establecer una congruencia entre la forma de propiedad del recurso tierra y sus mecanismos de producción, de participación y distribución de los beneficios. Este es un objetivo general que, debido a la diversidad de las condiciones ecológicas, culturales, etc., puede tomar distintas variantes que tiendan siempre a hacer prevalecer el interés del grupo sobre el interés individual, ubicado dentro de un marco de eficiencia en el uso de los recursos y del desarrollo social.

2. ANTECEDENTES

2.1. MEXICO PREHISPANICO

En la época prehispánica, y principalmente en el pueblo azteca, vamos a encontrar una forma de tenencia de la tierra que es el antecedente de la propiedad.

A la llegada de los españoles a la Nueva España en el siglo XVI, ésta se encontraba poblada por los aztecas, quienes dominaban - en el altiplano por la capacidad política y militar con la que contaban.

Por otro lado, se encontraba también el Imperio Maya que, al establecerse en distintos períodos por las diferentes regiones de Chiapas, Quintana Roo, Tabasco, parte central de Guatemala y Honduras, tenían costumbres diferentes acerca del uso y tenencia de la tierra respecto de la que tenían los aztecas.

La concepción que tenían los aztecas de la tenencia de la tierra se basaba en que la tierra era del pueblo y el rey era el representante

tante de ésta y la transmitía a sus súbditos, atendiendo al estrato social al que pertenecía.

El sistema estaba comprendido de la siguiente forma:

- A. Tlatocalli. Las tierras del Rey (Tlatoani) que se destinaban a cubrir los gastos del Gobierno y de Palacio, por lo que esta ban destinadas a un servicio público.
- B. Pillalli. Las tierras de la nobleza que constituían una propiedad restringida por cuanto que no reunían las características del usufructo, uso y abuso debido a que, siendo el Rey - el titular originario, sólo él podía retirarlas o limitarlas.
- C. Mitichimalli. Las tierras de los guerreros destinadas a afrontar los gastos de guerra.
- D. Teotlalpan. Las tierras de los sacerdotes, que estaban des tinadas a soportar los gastos del culto.
- E. Calpulli. Eran las tierras que pertenecían a todo el poblado

y eran de dos clases:

- a. El Calpullalli. Eran las tierras de un grupo de familias, las cuales se dividían en parcelas (tiamillis), de las cuales se tenía de por vida el uso y disfrute; esta forma de propiedad no se podía enajenar, sólo el consejo del Calpulli (Consejo de Ancianos), la podía quitar y darla a cualquier otro miembro de la familia. Cada titular de la parcela tenía la obligación de trabajarla personalmente, ya que, de no hacerlo durante dos años, causaba la pérdida de sus derechos. Estas parcelas estaban sujetas a reversión en favor de las familias del pueblo, ya que éstas eran las legítimas propietarias de ellas.

- b. El Altepetalli. Tierras de la colectividad no parceladas ni cercadas. Eran utilizadas en común para pastoreo, recoger leña, etc.; algunas veces parte de estas tierras eran cultivadas colectivamente con el objeto de obtener fondos para cubrir impuestos, gastos administrativos y pago de tributos.

Todos estos tipos de tenencia de la tierra tenían como base el u sufructo y sólo se distinguían entre sí por el destino del tributo - que se pagaba. Ejemplo de ello es que la tierra que se daba a los nobles incluía a los mayeques, que era la población totalmente desposeída de tierra, y éstos no pagaban tributo al Rey, sino al noble (Pilli), dueño de la tierra; eran vendidos y heredados conjuntamente con la tierra y estaban al margen de la organización comunitaria.

De todo lo anterior se desprende que los antiguos pobladores de nuestro territorio conocían la propiedad comunal y la explotación colectiva de la tierra.

El pueblo era el legítimo propietario de la tierra, y el Rey su representante y su administrador, por lo cual no conocían la propiedad privada.

Esta elaborada estructura agraria decayó debido al acaparamien-
e las tierras por parte de los nobles y al incremento de la po-
blación.

2.2. LA COLONIA

Durante la época colonial se destruyó la estructura agraria de los indígenas; se estableció la lucha entre el sistema de propiedad privada española y el sistema colectivo de los pueblos aborígenes. Este período se caracterizó por el reparto de tierra entre los conquistadores como recompensa de los esfuerzos brindados a la corona española.

Al parejo de este despojo físico de las tierras, aparece la encomienda, cuyo propósito era confiar a los indígenas bajo la tutela de los españoles, creando ésto la penetración ideológica que va a destruir toda creencia religiosa del indígena, convirtiéndolo a la religión católica.

Van a aparecer nuevos elementos: el conquistador, como propietario de todo; y el indígena, como mano de obra. Quien primero era dueño de la tierra, ahora es explotado para la misma.

Los Reyes Católicos, al crear la encomienda tenían como

propósitos fundamentales, proteger:

A. A los pueblos indígenas.

B. La forma de tenencia de la tierra.

Las leyes españolas reconocían cuatro tipos de propiedad común entre los indígenas: Fundo legal, ejidos, propios y tierras de común repartimiento:

1. Fundo legal. Fue concebido como tierra necesaria para las habitaciones de los indígenas, ya que en 1547 se emitió una ley que establecía que " todos los indios que vivían en las montañas, bajaran a vivir y se concentrasen en los poblados para su educación y civilización ". Esto tenía como fin ejercer una mejor vigilancia en el pago de impuestos a la corona, y el evitarse también cualquier brote de inconformidad por parte de los gobernados, ejerciendo así un control sobre la población indígena. Estas tierras se repartían para cada pueblo, 500 metros a la redonda a partir de la puerta de la iglesia, y era una extensión considerable de tierra que in

cluía zonas de cultivo, bosques y pastizales. (Ver cuadro 1). Esta superficie era inalienable y debía ser controlada por un consejo del pueblo.

2. Ejido. Originario de España, muestra una gran semejanza con el Altepetlalli indígena. No estaba parcelado, por lo general no se sembraba, sino que su posesión y uso eran en común.

3. Tierras de común repartimiento. Era parecida al Calpulli indígena, sólo que el ayuntamiento pasó a realizar la función del consejo de ancianos.

4. Propios. Destinada a los servicios públicos; aún con la existencia de estos tipos de propiedad, los españoles lograron apoderarse de la gran mayoría de tierras, poseyendo los indígenas únicamente el fundo legal.

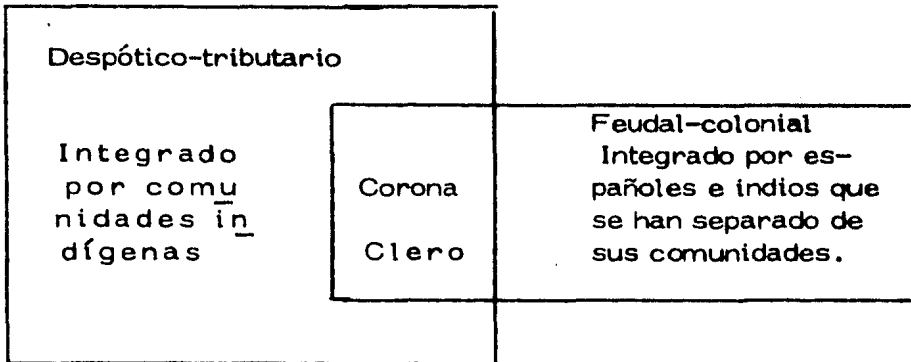
Todo esto va a crear un sistema despótico comunitario de producción, que va a tener como base una serie de mecanismos de transferencia del excedente por la vía de la renta de la tierra, lo cual

nos va a revelar al Estado como el verdadero poseedor de la tierra.

El destino del tributo va a ser la acumulación del capital, y este sistema despótico tributario va a atravesar por relaciones sociales de tipo feudal, es decir, el tributo y prestación de servicios engloban también a la nobleza novohispana.

CUADRO 1

MODOS DE PRODUCCION AL INICIO DE LA COLONIA



Una de las formas con que fue atacada la propiedad indígena, fue mediante el sistema de composiciones, que teóricamente era un procedimiento legal destinado a deslindar propiedades; pero los indígenas no comprendieron la necesidad de confirmar sus títulos mediante la composición, de tal manera que los grandes propietarios se aprovecharon del procedimiento para confirmar legalmente la posesión de tierras despojadas a las comunidades.

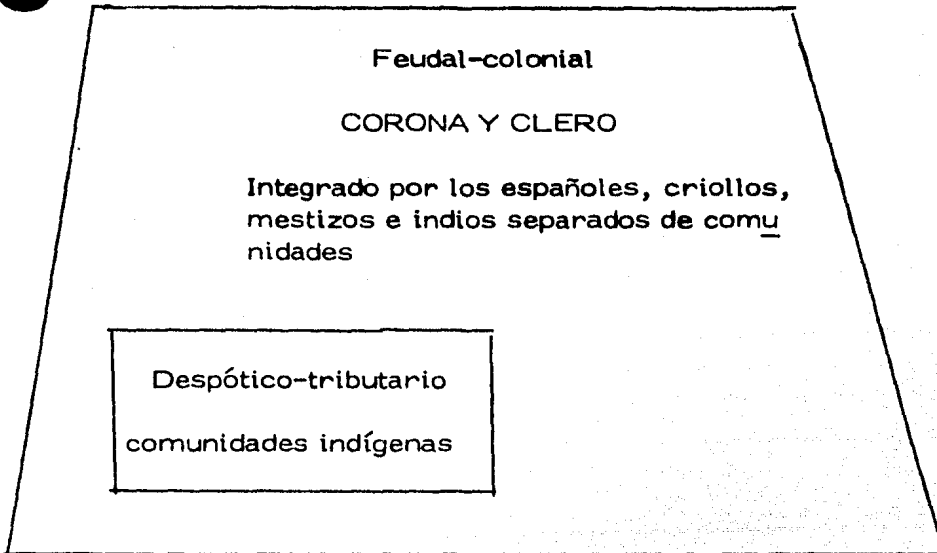
Una de las causas que va a influir en el campo, va a ser la explotación de los recursos minerales por parte de los conquistadores. Esto va a traer consigo que se dé poca importancia a la agricultura y se destruya la cultura precortesiana, su sistema económico, y ocasione la despoblación del territorio, ya que la explotación de los fundos era realmente agotadora y causaba una elevada mortalidad entre los indígenas, los sobrevivientes eran tratados como siervos, y en la minería como esclavos.

Al fin de la colonia, las comunidades indígenas habían perdido una parte de sus tierras, lo cual se había llevado a cabo por innumerables medios, tanto legales como ilegales. Dando sus ini-

cios de la Iglesia como el terrateniente más importante. (Ver Cuadro 2).

CUADRO 2

MODOS DE PRODUCCION A FINES DEL SIGLO XVII



2.3. LA INDEPENDENCIA

Ya hemos visto cómo a través de la encomienda se fue despojando a los indios de sus tierras, mediante el acaparamiento por parte de los españoles. Esta forma de propiedad privilegiada que aseguraba al español el poder económico, también le daba el predominio social y político determinando que la sociedad de la Nueva España estuviese formada por españoles, clero, criollos, castas, indios, etc.

Así, mientras España vivía de las riquezas extraídas de sus Colonias, imponiendo un sistema feudal con elementos de economía esclavista, Europa, principalmente Inglaterra, clausuraba el feudalismo e iniciaba su desarrollo industrial y expansionismo comercial.

Tal situación significaba para el español (no criollo) la oportunidad de comerciar directamente con Europa y, para los países de ese continente, la de obtener materias primas enviando a cambio productos manufacturados. Esta era la oportunidad de ascenso -

político y social para el criollo de la Colonia.

Por su parte el indígena había conservado su conciencia colectiva y vínculos de cooperación que se dieron bajo la estructura colonial, de ahí que pensara siempre en el retorno a sus tierras. Ejemplo de esto fue el levantamiento de Jacinto Canek en Yucatán, y las guerras de castas en dicho estado, y como éstos, muchos otros en todo el territorio.

De esta manera se gesta el movimiento de independencia entre los criollos, pero para lograrlo tenía que apoyarse en la masa indígena; de ahí que el programa político de Hidalgo aboliera la esclavitud, suprimiera los tributos y decretara la devolución de las tierras a los naturales.

Sin embargo, Hidalgo plantea una independencia a nombre de Fernando VII, rey de España.

A su vez, Morelos define con claridad el aspecto político de la independencia y le da contenido económico. En su programa político quita el nombre de Fernando VII y declara la Independencia;

constituye la personalidad de la nación, declara la igualdad, la libertad y buen gobierno, y proyecta un nuevo régimen republicano.

Esto lo hace a través del Congreso de Anáhuac, celebrado en Chilpancingo, en cuyo seno declara que se ha recobrado la soberanía usurpada y, por lo tanto rota para siempre la dependencia de España.

pero para Morelos la causa de la desigualdad residía en la forma de la propiedad de la tierra, por ello en un manifiesto a sus oficiales declaró como enemigos a todos los ricos, nobles y empleados de primer orden, por lo tanto, al ocupar una población, debían ser despojados de sus bienes y éstos repartidos entre los habitantes pobres y la caja militar, evitando que unos se enriquecieran en perjuicio de otros, y procurando que a todos tocara lo necesario; su objetivo era fomentar la pequeña y mediana agricultura.

De esta manera, partiendo de la realidad económica como causa, la independencia con Morelos propone como programa de acción

soluciones esencialmente opuestas a los intereses de la clase dominante, por lo que significa un verdadero cambio en el sistema. Por ello, la presencia de Agustín de Iturbide, una vez consumada la Independencia, significó un mero cambio político que por ser tal, frenó el movimiento de masas campesinas y dejó intocables las posesiones de la clase dominante.

Así las grandes propiedades permanecen y se perpetúan a través de instituciones como el mayorazgo que impide su desmembramiento, el indio y el mestizo pasan de esclavos a la condición de siervos del hacendado, consagrándose así, en la Independencia, los elementos feudales heredados de la Colonia, y los dos signos visibles del feudalismo: el latifundio y la servidumbre; esto, cuando Europa había iniciado ya el proceso capitalista.

2.4. MEXICO INDEPENDIENTE

La consumación de la Independencia no significó la destrucción del sistema de explotación existente con el poder económico concentrado en pocas manos, la desigualdad de condiciones sociales

y económicas de las clases de este período acarreó violencia e inestabilidad política, que propiciaron constantes movimientos armados. En los asuntos internos del país, las doctrinas políticas del liberalismo, entre las cuales se debatía la nueva sociedad mexicana, provocando un enfrentamiento entre las clases sociales.

La influencia de los ideólogos de la Independencia de Estados Unidos, motivó la lucha entre dos formas para estructurar el Estado: Federalismo y Centralismo.

El Federalismo estaba representado por gente de una clase media ya más numerosa que la aristocracia; Joel R. Poinsett, embajador de los Estados Unidos, formó las logias de rito yorquino, base del partido federalista.

La gente de mucho dinero, o sea los criollos de alta sociedad, crearon logias de rito escocés, núcleo de un partido político de tendencia centralista; la pugna entre escoceses y yorquinos creó ambiente de efervescencia en el país. Como tercero en discordia, tenemos al ejército buscando mantener y aumentar siempre sus privilegios condensados en el "hombre fuerte", de quien fue

connotado exponente el General Santa Anna, quien representaba una alternativa de fuerza en esta época de indefinición. Ejemplo de esto va a ser que en el año de 1823 se expide uno de los decretos sobre colonización, en el cual se disponía que los terrenos del Istmo de Tehuantepec se repartiesen entre los militares que habían prestado sus servicios en la guerra de Independencia, reservándose alguna extensión para ser colonizada por inmigrantes extranjeros.

El 18 de agosto de 1824 se expidió la primera ley de colonización y en ella se prevenía la entrega de terrenos a mexicanos y extranjeros mediante ciertos requisitos, y se estableció la prohibición para que la Iglesia y las instituciones de manos muertas adquiriesen mayores extensiones de terrenos de las que venían poseyendo, y dando preferencia a la distribución de terrenos baldíos a los campesinos que vivían en la región.

Sin embargo, ninguna de estas disposiciones fue efectiva, y como consecuencia de ello, la propiedad territorial de México permaneció inalterable.

Esta situación creó compañías colonizadoras, las cuales fueron impulsadas por Lorenzo de Zavala, quienes acapararon vastas superficies en el norte del país, causando la pérdida de Texas, Nuevo México y Nueva California. Pretendieron apoderarse del Istmo de Tehuantepec, creando una explotación inhumana de los indios, lo cual va a originar, en 1848, las bases del poder económico que, aliado con la Iglesia, daría la batalla en la Reforma.

LA REFORMA (1856-1877)

La Reforma fue uno de los períodos más difíciles de nuestra historia que dejó profundas huellas, tanto en lo social, como en lo económico.

Una de las leyes que va a influir más en este período, es la "Ley Juárez", que restringe fueros eclesiásticos y consagra derechos individuales; y la "Ley Iglesias" que prohíbe a la Iglesia el control de los cementerios y el cobro de derechos parroquiales a los po-

El 25 de junio de 1856 se creó la "Ley Lerdo", (ley de desamor-

tización), la cual va a tratar de quitar al clero y a corporaciones civiles la tenencia de la tierra, para poder así formar la pequeña y mediana propiedad. En ésta se refleja una gran influencia del liberalismo europeo.

Es indudable que el acierto más grande de esta ley fue el no haber comprendido dentro de los bienes desamortizables los ejidos, los montes y las aguas de los pueblos .

Lo que no sucedió así al promulgarse la Constitución de 1857, es pecíficamente en su artículo 27, la cual incluyó dentro de la desamortización los bienes antes mencionados, misma que creó que - los pueblos campesinos de la República comenzaran a ser despojados por el procedimiento de "remate" de sus tierras, montes y aguas .

El remate se hacía a los propietarios cuyos terrenos colindaban con el ejido, allegados de la administración e interesados en agrandar sus posesiones. Fue así como el latifundismo mexicano se ensanchó rápidamente, dando como resultado que los ejidatarios

quedaran despojados de sus tierras, obligándolos a buscar acomodo en las haciendas en calidad de jornaleros.

El gobierno, deseoso de ir más a fondo en la lucha contra la Iglesia que a toda costa quería seguir dominando al país, y convencido de la necesidad de abatir el formidable poder económico del mismo, expidió el 12 de junio de 1859 la "ley de nacionalización" que tuvo como finalidad primordial privar a la Iglesia de todas sus propiedades, que pasaron a poder de la nación. Esta ley produjo modificaciones trascendentales en el régimen de la propiedad territorial. Por virtud de dicha ley, gran parte de las extensas propiedades que poseía el clero, independientemente de las que pasaron a poder de la nación, fueron adjudicadas a sus poseedores que ocurrían con el carácter de denunciantes o de arrendatarios.

Don Benito Juárez va a concretar lo anterior en las disposiciones llamadas "Leyes de Reforma" (Julio de 1859), que establecen principalmente la nacionalización de los bienes eclesiásticos, el cierre de conventos, la secularización de los cementerios y la su

presión de muchas fiestas religiosas.

Por otro lado, las dificultades financieras del gobierno liberal obligaron a tomar la medida de suspender el pago de la deuda exterior y sus intereses.

Contra tal medida tomada en julio de 1861, protestaron Inglaterra, España y Francia, y decidieron en la convención de Londres (octubre de 1861), intervenir en México y obtener el pago de la deuda por la fuerza.

El momento era oportuno, una mitad de los Estados Unidos luchaba contra la otra en la guerra de secesión y no podían ayudar a los liberales.

Las primeras tropas intervencionistas desembarcaron en Veracruz entre diciembre de 1861 y enero de 1862. El gobierno no liberal entró en negociaciones con ellas y consiguió, mediante los "tratados de soledad", que se retiraran los ejércitos inglés y español.

Francia se quedó sola, resuelta a imponer una monarquía en México con el apoyo de un numeroso y disciplinado ejército expedicionario y los restos del partido conservador, los cuales ofrecen la corona del imperio mexicano a Fernando Maximiliano de Hapsburgo.

El efímero imperio de Maximiliano, a pesar de las vicisitudes en que se vió envuelto, no dejó de preocuparse por los problemas fundamentales de México. Estuvo muy lejos de ser un servil instrumento de los elementos clericales y conservadores del país.

Maximiliano comprendió que el plan reformista de Don Benito Juárez era indispensable para el mejoramiento de la nación, por lo cual imprimió a su gobierno una tendencia marcadamente progresista.

Expidió un reglamento de trabajo que limitó la duración de la jornada, protegiendo a las mujeres en el desempeño de las labores campo, y prohibiendo el pago con fichas y vales a los jornaleros. Este reglamento ordenó la supresión de las tiendas de raya en los estados.

Los Estados Unidos, al terminar la guerra civil, pidieron la salida de los franceses. Por su parte el emperador francés, para defenderse de Prusia, se vió en la necesidad de recoger las tropas sostenedoras del imperio en México.

Maximiliano, sin ejército europeo, no pudo resistir el empuje de los ejércitos liberales, rindiéndose a los mismos el 15 de mayo de 1857, y fusilado el 19 de junio de 1857 en el Cerro de las Campanas; dando con esto fin al período de la Reforma.

2.6. EL PORFIRIATO (1877 a 1911)

La tendencia fundamental de la política centralizadora iniciada por el General Díaz, fue la de cimentar sólidamente el régimen capitalista en México. Mediante la creciente concentración en grandes propiedades de las antiguas tierras eclesiásticas y comunales, tendencia que Don Porfirio heredó y aceleró.

En 1883 se añadió una nueva fuente de concentración de tierras - que consistió en un programa para la explotación, deslinde y co-

lonización de las mismas. Creando ésto una situación de verda-
dero despojo a manos de las compañías deslindadoras, que cul-
minó con el agrandamiento de los latifundios ya existentes.

Posteriormente, se dictó la ley del 18 de diciembre de 1893, -
que autorizó al ejecutivo federal para reformar la legislación vi-
gente sobre terrenos baldíos, lo cual dió todavía mayores faci-
lidades a los denunciantes de terrenos. El límite de 2,500 has.
que había establecido la ley de Juárez para cada colono, desa-
pareció y se declaró que la extensión podía ser de tipo ilimita-
do.

La obligación que la ley anterior marcaba, de que en cada 200 has.
de terreno concesionado hubiera cuando menos un habitante, se a-
nuló, cesando también la obligación de las compañías deslindado-
ras para vender en determinadas condiciones porciones deslinda-
das, lo cual significó un motivo más de acaparamiento.

Otra ley de importancia que citaremos, es la del 26 de marzo de
1894. En ésta se hace una clasificación de lo que debe entenderse
por terrenos baldíos, terrenos nacionales, demasías y exceden-
cias, y reproduce en general las mismas disposiciones de la ley

anterior; introduce una novedad que se hacía indispensable, la prohibición para la enajenación o denuncia de terrenos situados a 100 kms. de las fronteras y a 50 kms. de las costas.

En la misma ley se ve el propósito de colonizar al país; se invita a los extranjeros a que hagan denuncias de terrenos baldíos, imponiéndoles obligaciones tendientes al mejoramiento de la propiedad rural.

Cuando el gobierno del General Díaz se dió cuenta de los lamentables efectos producidos por la aplicación de la ley de 1894, trató de poner remedio suspendiendo sus efectos, para lo cual se expidió la ley del 3 de diciembre de 1902 que derogó las leyes de 1893 y 1894. Esto desgraciadamente después de 40 años de errores consecutivos que habían producido el acaparamiento de enormes extensiones de terrenos, después de que se habían deslindado y adjudicado a un contado número de personas y compañías algo más de 72 millones de hectáreas.

Por otra parte, la inversión extranjera se hace sentir en la explotación de los recursos naturales, tales como la minería y el pe-

tróleo, así como en la construcción de los ferrocarriles. Estos adquieren un doble significado: económico, porque su trazo hacia el norte constituyó la vía eficaz de transporte de materias primas y, político, porque permitió a Díaz llevar la represión a regiones apartadas.

Todo lo anterior configuró un modelo de desarrollo económico ca
pitalista dependiente y, políticamente, un sistema dictatorial y re
sivo.

En suma, el país en su conjunto mejoró su economía en un grado y extensión nunca antes visto. En lo político, el régimen de Díaz se caracteriza por una ausencia total de democracia y, en lo social, por la nefasta represión que conlleva todo poder dictatorial.

2.7. LA REVOLUCION

Hemos considerado importante definir lo que es una revolución.

"Una revolución es la rebelión de un pueblo contra la injusticia so

cial o económico. Las revoluciones las hacen los pueblos para sa
lir de una condición de servidumbre o de inferioridad en que los
tiene sumidos un régimen. Mas como todo régimen está represen
tado y sostenido por un gobierno, las revoluciones aparentemente
tratan de derrocar gobiernos, pero en el fondo su objeto esencial
es cambiar las leyes y las costumbres para establecer otras más
justas."

Revolución Mexicana se ha dividido en los siguientes períodos:

a) 1906-1910 Causas de la Revolución

Las causas más importantes que provocaron la revolución son,
entre otras, el estado de represión en que se encontraba el pue
blo, lo mismo que el acaparamiento de las tierras por unas -
cuantas personas y compañías, lo cual llevó a ampliar la bre-
cha ya existente entre pobres y ricos.

Esto provocó un sinnúmero de levantamientos, siendo los más
importantes los de Jiménez , Baca y Flores Magón.

Entre los precursores intelectuales de la Revolución, podemos mencionar a Iglesias Calderón, Daniel Cabrera, Filomeno Mata, y a los hermanos Flores Magón, que siempre se mantuvieron en actitud de oposición contra el gobierno del General Díaz, y profundamente comprometidos con las causas del pueblo.

b) 1910-1917

A la caída de Porfirio Díaz, México se encontró de nuevo en un período de crisis y de estancamiento económico a causa de los brotes de violencia que se desataron por todo el país entre 1910 y 1923.

La Revolución Mexicana se inicia con el levantamiento de Madero, quien proclama el Plan de San Luis Potosí, documento histórico de gran importancia en el cual domina fundamentalmente una tendencia de carácter político, ya que se hace una severa crítica a los procedimientos administrativos seguidos por el gobierno del General Díaz, y reconoce como finalidad, para iniciar el movimiento armado, la necesidad de la reforma agraria, y por él mismo logra ocupar la presidencia.

El 28 de noviembre de 1911, Zapata expidió el Plan de Ayala, que va a ser el documento más importante en lo que a problema agrario concierne.

El citado Plan establece los siguientes objetivos fundamentales:

1. Que entrarán en posesión de las tierras y aguas usurpadas por los hacendados, los pueblos o ciudadanos despojados que tuviesen sus títulos de propiedad correspondientes; que esa posesión se defendería con las armas en la mano, y que los usurpadores que se consideraban con derecho a esos bienes tendrían que decirlo ante tribunales especiales que es establecieron al término de la Revolución.
2. Que se expropiarán, previa indemnización de la tercera parte, las tierras, montes y aguas, a fin de que los pueblos y ciudadanos de México obtuviesen ejidos, colonias, fundos legales, campos de sembradura y labor, logrando con ésto el bienestar del país.

3. La nacionalización de los bienes de los hacendados y casiques que se opusiesen directa o indirectamente a este plan, destinando las dos terceras partes para indemnizar gastos de guerra, pensiones para viudas y huérfanos de las víctimas que sucumbieron en la lucha por este plan.

4. La aplicación de las leyes de desamortización y nacionalización expedidas por Juárez.

Para Zapata la solución del problema de la tierra residía en el poder armado del pueblo, y por ello no era éste quien debía probar su derecho, sino los hacendados, y ante tribunales especiales que la revolución triunfante establecería como parte de su nuevo orden.

Zapata abiertamente encauzó su movimiento contra la gran propiedad territorial, fundamento económico y político del Estado y, consecuentemente, contra el sistema jurídico que era la expresión formal de su existencia.

Por su parte, Madero fue influido por las clases acomodadas de

tal forma que durante los meses que gobernó, apenas si trató de hacer algún estudio sobre la cuestión agraria.

Con motivo de esta actitud indecisa del gobierno, los elementos a vanzados que habían ido a la revolución con toda buena fe, comen zaron a desconfiar y como consecuencia de ello vino una serie de divisiones que se tradujo en el desconocimiento del gobierno por algunos generales , de los que más se habían distinguido en la lu

El principal de ellos -Zapata-, continuó levantado en el Esta do de Morelos apoyando el Plan de Ayala.

En el mes de febrero de 1913 vino la sublevación de frac ciones im portantes del ejército encabezadas por los generales Félix Díaz y Bernardo Reyes, y la traición que consumó el jefe de las fuerzas del gobierno, General Victoriano Huerta.

Como consecuencia de esta traición, vino la inmediata caída del gobierno de Madero, usurpando el poder el General Victoriano -Hu erta, quien durante su gobierno careció siempre de fuerza so cial, primero, por la manera sangrienta como se hizo del poder,

después, porque la presencia de intereses encontrados como los que la revolución había hecho aflorar, imposibilitaban ya una verdadera restauración.

Los revolucionarios, por su parte, y ante el hecho de la muerte - de Madero, se reagruparon con Venustiano Carranza, encaminando su lucha a restaurar el orden constitucional roto por el cuartelazo huertista.

Venustiano Carranza, para justificar el movimiento constitucionalista, expidió el Plan de Guadalupe, fechado en marzo de 1913, - en el que se propone arrojar del poder al usurpador Huerta, restablecer la legalidad rota por los golpistas, desconocer a los gobernadores que reconocieran a Huerta, y organizar un ejército cuyo jefe sería el propio Carranza. Este plan no contenía absolutamente ninguna idea relativa a la reforma agraria de México. Seguramente esta omisión fue motivada por la urgencia que había de iniciar la revolución, y en el plan mencionado sólo se habla del restablecimiento del orden constitucional.

Para esa fecha, el distanciamiento entre Don Venustiano Carranza

za, encargado del poder ejecutivo, por una parte, y los generales Villa y Zapata, por la otra, se hizo inevitable, y fue entonces cuando la Revolución se dividió en dos grandes fracciones.

Villa estaba influenciado por un grupo de hombres que no veían la necesidad de que el país adoptara nuevas formas sociales. Este grupo se preocupaba sólo por el restablecimiento del orden constitucional. Carranza propugnaba por lo indispensable que era para el país hacer reformas legislativas y sociales que obligaran al grupo latifundista y conservador a entregar parte de las enormes superficies de tierra que venían acaparando. Y el grupo de Zapata propugnaba a toda costa por la reforma agraria.

En el mes de enero de 1915, el gobierno provisional de Carranza expidió en Veracruz la ley del 6 de enero de 1915, que indiscutiblemente ha sido la base de toda la legislación agraria vigente en la actualidad.

En la citada ley se reconoce el derecho de los pueblos campesinos para hacer que se les dotara de las tierras necesarias para

su subsistencia, o se les restituya de las que habían sido despojados, se hace la declaración de nulidad de todas las enajenaciones de tierras, aguas y montes pertenecientes a los pueblos que hubiesen hecho en contravención con la ley del 25 de junio de 1856; se crean las autoridades agrarias y se fija la tramitación a que deberían sujetarse las solicitudes de dotación y restricción de tierras.

En octubre del mismo año se expide la "Ley Palafox", referente a:

1. La restitución de tierras, montes, aguas a las comunidades e individuos que fueron despojados, con sólo la presentación de sus títulos.
2. El reconocimiento, por parte de la nación, de derecho tradicional e histórico que tienen los pueblos, rancherías y comunidades de la República, a poseer y administrar sus terrenos de común repartimiento y sus ejidos, en la forma que juzguen conveniente.

3. Se reconoce la pequeña propiedad limitada a la extensión suficiente para satisfacer las necesidades del propietario y su familia. Establece los límites de esa propiedad que van de 100 a 1,500 has., según la calidad del suelo.

4. La nacionalización de los bosques y el derecho de los pueblos a explotarlos, conforme a un sistema comunal; la nacionalización de las aguas y su uso preferente en la agricultura. Era causa de pérdida no trabajarla durante dos años sin causa justificada.

5. Nacionaliza los ingenios azucareros, crea un banco agrícola, escuelas regionales agrícolas, forestales y estaciones experimentales.

6. Establece la forma de organización cooperativa de producción o venta en la que participarán los propietarios de lotes y los agricultores directos.

Esta ley, como instrumento jurídico, tiene su fuente real en un orden socio-económico que los campesinos seguidores de Morelos

trataron de construir, de ahí su trascendencia histórica.

Constitución de 1917

A fines de 1916 y principios de 1917, se reunió el Congreso Consti
tuyente que expidió la Constitución que nos rige en la actualidad.

El artículo 27, junto con los artículos 3º, 123, 130, son los pre-
tos de la Constitución sobre los que descansa el funcionamiento
legal de nuestra Reforma Agraria, cuyos aspectos más sobresa-
lientes son:

1. El principio de que la propiedad de las tierras, bosques y aguas
comprendidas dentro del territorio nacional, corresponde ori-
ginalmente a la nación, la cual ha tenido y tiene el derecho de
transmitir el derecho de ellas a los particulares, constituyen
do la propiedad privada.

El derecho permanente que tiene el estado para imponerle a la
propiedad privada las modalidades que dicte el interés público.

3. El derecho de que los pueblos, rancherías y comunidades que carezcan de tierras y aguas, o que no las tengan en cantidad suficiente para satisfacer sus necesidades, las obtengan mediante sustitución, dotación o ampliación, creándose así el de recho de propiedad con significado social.

4. Declara el dominio inalienable e imprescriptible de la nación sobre minerales del subsuelo y las aguas, disponiendo que só lo podrá otorgarse mediante concesiones para su explotación.

5. Establece que las expropiaciones se llevarían a cabo mediante indemnización, principio que haría posible el reparto de la tie r r a.

A partir del año de 1920 es cuando se inicia en México una amplia política agraria, y cuando los diferentes gobiernos que desde ese año se suceden se han preocupado, unos más y otros menos, por el problema del campo.

2.8. EVOLUCION DE LA LEGISLACION AGRARIA

Del análisis de la evolución de las leyes agrarias, podemos observar en qué medida se ha resuelto el problema agrario.

1920 - 28 de diciembre - Se introdujo un criterio para calcular la extensión de las tierras que serían de 50 has. como límite máximo de la pequeña propiedad inafectable; otorga la capacidad jurídica a los pueblos, rancherías, congregaciones, comunidades y demás núcleos de población como a vecinos y demás jefes de familia de ambos sexos.

La extensión de la tierra dotada se denominará ejido, y se establecen principios de organización de las autoridades agrarias.

1921 - 22 de noviembre - Se deroga la ley de ejidos, con lo que:

a) Se restablece la dotación y sustitución provisional.

b) Se establece en cada estado la procuraduría de pueblos para -

patrocinar gratuitamente a los pueblos solicitantes de tierra.

- c) Se otorga al Ejecutivo la facultad de reglamentar las disposiciones agrarias para facilitarle la resolución de los problemas del campo.

1922 - 28 de enero - Se expide el reglamento de la expedición y amortización de la deuda pública agraria, en la cual se sujeta el monto de la indemnización de los bienes expropiados al valor fiscal de los mismos.

1922 - 17 de abril - Se expide el reglamento agrario, de cuyo contenido sobresale:

- a) La extensión de la parcela ejidal destinada a cada individuo, atendiendo a la calidad de la tierra y humedad de la misma.
- b) Para los efectos de dotación, se indica la inafectabilidad de las propiedades cuya extensión en hectáreas sea menor de 150 en terrenos de riego o humedad; de 250 en los de temporal con precipitación anual regular y abundante; de 500 en terrenos de

temporal; así como los que presentan una unidad agrícola industrial de explotación.

1923 - 2 de agosto - Se expide la ley de tierras libres, la cual es importante porque fija una nueva modalidad en la ocupación de las tierras nacionales y baldías.

1925 - 1° de septiembre - Se expide la ley de patrimonio ejidal, en la cual se expresaba el aprovechamiento comunal de las tierras dotadas, a fin de facilitar su inmediata posesión por los beneficiados. Se dejó al gobierno constitucional la tarea de resolver en definitiva el reparto, uso y aprovechamiento de las tierras ejidales, por lo tanto, se vigorizó el núcleo agrario como unidad social y económica.

1926 - 10 de febrero - Se expide la primera ley que reglamenta el crédito agrícola y se crea el Banco Nacional y los Bancos Nacionales de Crédito Agrícola, cuya finalidad es refaccionar a los campesinos ejidales y a los agricultores en pequeño, para cuyo efecto deberían proceder a organizarse en cooperativas regionales.

1926 - 5 de abril - Se expide la ley de colonización que adopta un sistema enteramente distinto al que habían seguido las anteriores leyes para colonizar el país, ya que en ella se hace fin car el éxito de la explotación por medio de toda clase de mejoras territoriales que garanticen una explotación económica costeable.

1927 - 23 de abril - Se expide la ley de dotaciones y res tituciones de tierras y aguas, la cual es más conocida como la ley Bassols", la cual aceleró la entrega de la tierra y agua, e intentó diseñar el juicio agrario.

1927 - 25 de agosto - Se expide la ley de patrimonio parcelario ejidal, que reglamente la forma en que los pueblos do tados de tierras deberán proceder a la adjudicación de parcelas in dividuales a cada uno de los componentes.

En la propia ley se determina la manera cómo deberá ser admi nistrado el ejido, y se hace la declaración de que la parcela es el patrimonio de la familia que no podrá ser manejado, gravado ni embargado en juicio o fuera de él, por autoridad alguna.

1931 - 23 de diciembre - Se expide un decreto por el cual se declara la improcedencia del amparo en materia agraria, modificándose la ley constitucional del 6 de enero de 1915.

1934 - 9 de enero - Las reformas al artículo 27 de la Constitución, de esta fecha, garantizaron la pequeña propiedad en explotación, y estructuraron el sistema de la autoridad agraria - que aún se conserva.

1934 - 22 de marzo - Se expide el primer código agrario con interesantes modalidades, como la simplicidad del procedimiento, el otorgamiento de la capacidad agraria a mayor número de individuos, la limitación de las partes que intervendrían en las dotaciones y restituciones.

1940 - agosto - Se dió a conocer un nuevo proyecto del código agrario en que se protegió a la propiedad agrícola inafectable; se dispuso la ampliación de ejidos; se sancionó la simulación agraria, y se estimuló la creación de ejidos colectivos.

1942 - 31 de diciembre - Se promulga el código agrario

rio vigente hasta 1970. La creación de este código reúne la mejor tradición jurídica del país, e intenta ir adelante en la creación de modernas instituciones jurídicas. Su concepción general se finca en el fomento del desarrollo rural apoyado en las aspiraciones de la democracia económica.

La Ley Federal de la Reforma Agraria es la denominación que se propone para un nuevo orden legal. Se concibe al ejido como un conjunto de tierras, bosques y aguas y, en general, todos los recursos naturales que constituyen el patrimonio de un núcleo de población campesina, otorgándole personalidad jurídica propia, para que resulte capaz de explotarlo lícita e integralmente, bajo un régimen de democracia política y económica.

1970 - 29 de diciembre - Se envía un proyecto de iniciativa de Ley de la Reforma Agraria, en donde se propone substituir al código agrario hasta entonces en vigor, siendo el objetivo principal el de fortalecer al ejido, la pequeña propiedad.

Se crea el certificado de inafectabilidad agropecuaria para promover el desarrollo ganadero. Se propone la descentralización -

del trámite de los asuntos agrarios, se consolida jurídicamente el Fondo Nacional de Fomento Ejidal y, a la vez, se le fijan políticas detalladas de operación para que cumpla precisamente con el fin para el que se creó. En materia de crédito, se establecen bases generales tendientes a aumentar los recursos financieros destinados a la producción, se propicia el autofinanciamiento de ejidatarios y comuneros mediante la formación de un fondo de reserva creado por ellos mismos para tal

3. EJIDO ACTUAL

"El ejido se concibe como el conjunto de tierras, bosques, aguas y, en general, todos los recursos naturales que constituyen el patrimonio de un núcleo de población campesina, otorgándosele personalidad jurídica propia, que resulte capaz de ejecutarla lícita e íntegramente."

El ejido se designa como la extensión total de tierras que re
se un núcleo de población agrícola, no menor de 20 campesi
s, que tenga por lo menos seis meses de fundado, para que
exploten directamente con las limitaciones y modalidades -
se señala el código agrario. Es, por principio, inalienable, -
transmisible, imprescriptible e indivisible, y comprende, a-
emás, las extensiones de cultivo, superficies para las zonas
de urbanización, parcela escolar, tierras de agostadero, de -
fuerza de cualquiera otra clase, para satisfacer las necesida
es colectivas del núcleo de población de que se trate. Los e
jidos, por su destino, pueden ser agrícolas, forestales, indus
triales, turísticos, pesqueros, etc."

partir de la Ley de la Reforma Agraria, expedida en 1971,
se considera al ejido como la unidad de producción con todos
los recursos de que ha sido dotado y que debe ser explotado
colectivamente. Lleva consigo la utilización de la mano de o -
bra ejidal.

"El ejido se designa como la extensión total de tierras que re -
cibe un núcleo de población agrícola, no menor de 20 campe-
sinos, que tenga por lo menos seis meses de fundado, para -
que lo exploten directamente con las limitaciones y modalidades
que señala el código agrario. Es, por principio, inaliena -
ble, imprescriptible e indivisible, y comprende, además, -
las extensiones de cultivo, superficies para las zonas de ur -
banización, parcela escolar, tierras de agostadero, de mon -
te o de cualquiera otra clase, para satisfacer las necesidades
colectivas del núcleo de población de que se trate. Los ejidos,
por su destino, pueden ser agrícolas, forestales, industria -
les, turísticos, pesqueros, etc. "

A partir de la Ley de la Reforma Agraria, expedida
en 1971, se considera al ejido como la unidad de produc -
ción con todos los recursos de que ha sido dotado y que de -
be ser explotado racionalmente. Lleva consigo
utilización de la mano de obra ejidal.

Para la realización de sus objetivos, es necesario analizar al ejido desde un punto de vista jurídico, económico, social y político:

1. Como ente jurídico - El ejido es concebido como persona moral con todos los atributos necesarios para el cumplimiento de sus fines. Con lo que se dota o restituye a un núcleo de población de características homogéneas, de un conjunto de bienes que comprenden tierras de cultivo y recursos tales como aguas, pastos, bosques, mineros turísticos y pequeros. Lo que además lo instrumenta con personalidad y capacidad para la celebración de los actos jurídicos relacionados con sus actividades económico-sociales; el establecimiento de sus órganos para estructurar su unidad de mando y dirección, así como un funcionamiento basado en principios de cooperación, democracia interna y autogestión.

2. Como ente económico - El ejido es contemplado como unidad integral de producción, para lo cual ha sido instrumentado con órganos de decisión, representación y control.

La esencia del ejido como ente económico se manifiesta en los siguientes puntos:

- a. El ejido es propietario de los medios de producción.
- b. En su producción no existen vínculos obrero-patronales.
- c. La generación de capital y plusvalía se debe al trabajo realizado por sus miembros.
- d. El producto de este trabajo se muestra con reducción de costos, autofinanciamiento, obras de beneficio social y reparto de utilidades.
- e. Mediante el voto de los ejidatarios en la asamblea, todos asumen la dirección, programación y evaluación, al mismo tiempo que ejecutan las decisiones acordadas, lo que los lleva a la autogestión.

3. Como ente social - El ejido está configurado como una unidad

social, ya que sus habitantes comparten un mismo presente, se desenvuelven en un mismo medio, al que tienen - que modificar para vivir de él y en él.

4. Como ente político - Ya que la asamblea recibe la información sobre las acciones de las diferentes instituciones - que intervienen en la Reforma Agraria. Toda esta información se analiza de acuerdo con los intereses individuales en función de los del grupo y de la comunidad, a fin de plantear las alternativas sobre el qué y el cómo se va a transformar su unidad.

El voto que ejercen sus miembros, es la expresión colectiva, con lo que afirma su libertad individual y reafirma su sentimiento de pertenencia a una sociedad.

4. ORGANIZACION EN EL SECTOR EJIDAL

El ejido y la comunidad fueron concebidos como una forma integral de vida en la que han de conjuntarse recursos naturales y humanos para constituir una unidad social y económica que per

mita a sus integrantes alcanzar plenamente su desarrollo.

Siendo el ejido la unidad a organizar más importante cuantitativa y cualitativamente, se considera necesario hacer un análisis de la situación existente en él. Por los diferentes tipos de relaciones de producción presentes en los ejidos, éstos pueden clasificarse en:

- a. Ejidos colectivos integrales
- b. Ejidos sectorializados
- c. Ejidos parcelados

a. **Ejidos colectivos integrales.** La colectivización se logra cuando los ejidatarios aportan sus derechos agrarios a la comunidad, su trabajo personal, realizan trabajos en común, reparten las utilidades de acuerdo a la cantidad y calidad del trabajo aportado, y las decisiones sobre la vida del ejido son tomadas conjunta y democráticamente, logrando así que en lo económico se logre la unidad productiva y, en lo social, un sentimiento de solidaridad campesina.

b. Ejidos sectorializados. Por las características específicas de algunos ejidos, es posible que se opte por no integrar una unidad productiva cuando el número de ejidatarios sea tan grande que resulta conveniente la agrupación en subunidades, etc. Por lo tanto, la existencia de sectores únicamente tiene significado considerándolos como grupos de trabajo del ejido.

Ejidos parcelados. Son los que existen en mayor número y que por decisión mayoritaria o por inconvenientes derivados de su naturaleza específica, no se constituyen en colectivos integrales.

4.1. LA ORGANIZACION INTERNA DEL EJIDO

De conformidad con la Ley de la Reforma Agraria, el ejido funcionalmente tiene un órgano de mando, la Asamblea General de Ejidatarios. Uno de representación, el Comisariado Ejidal, que cuenta con asistentes, que son secretarios auxiliares; y un órgano de control, el Comité de Vigilancia.

Asamblea General de Ejidatarios. Hay tres clases de Asambleas Generales de Ejidatarios: Ordinarias mensuales, Extraordinarias, de Balance y Programación.

Las Asambleas Generales Ordinarias se celebran el último domingo de cada mes, y quedarán legalmente constituídas con la existencia de la mitad más uno de los ejidatarios con derecho a participación. Si no se reúne la mayoría señalada, la asamblea del siguientes se celebrará con los asistentes, y los acuerdos que se tomen serán de carácter obligatorio para los ausentes y para los presentes, siempre que no se trate de asuntos que por ley deban resolverse en Asamblea Extraordinaria. Para la celebración de las Asambleas Generales y Extraordinarias, deberá expedirse convocatoria de acuerdo con las formalidades establecidas en la ley.

Las Asambleas Generales de Balance y Programación serán convo cadas al término de cada ciclo de producción o anualmente, Tendo por objeto informar a la comunidad los resultados de la organización, trabajo y producción del período anterior, así como pro

gramar los plazos y financiamiento de los trabajos individuales, de grupos y colectivos, que permitan el óptimo aprovechamiento de los recursos materiales y humanos del núcleo agrario.

Cabe comentar que, aunque la ley especifica claramente el funcionamiento, la falta de preparación de los ejidatarios es un obstáculo para su cabal cumplimiento, dando como resultado la manipulación de los mismos por parte de grupos o personas que, siendo ejidatarios, tienen intereses personales o ajenos a los de la comunidad.

Comisariado Ejidal. El Comisariado Ejidal está constituido por un presidente, un secretario y un tesorero, propietarios y suplentes.

El Comisariado Ejidal es el representante legal del ejido, y tiene la responsabilidad de ejecutar los acuerdos de las Asambleas Generales.

La elección de los miembros que componen el Comisariado Ejidal se efectuará por medio de votación mayoritaria en la Asamblea

General Extraordinaria. El voto es secreto y el escrutinio público e inmediato.

La ley nos indica que, para ser miembro del Comisariado Ejidal, se debe pertenecer al núcleo de población y estar en posesión plena de sus derechos que son: Poder explotar y aprovechar proporcionalmente los diversos bienes ejidales; tomar posesión de las tierras que le correspondan dentro del plazo fijado por la ley, a partir de la distribución provisional o definitiva; participar en la explotación colectiva de la tierra; tener su respectivo certificado de derechos agrarios. También nos dice que debe haber laborado en el ejido, por lo menos, durante los últimos seis meses anteriores a la elección, y que no haya sido privado de la libertad por cometer algún delito que lo amerite.

Un punto relevante es que el Comisariado podrá asesorarse debidamente, celebrando contratos con profesionistas, de acuerdo a las necesidades del ejido. Esto, por lo general, nunca ocurre, dando como resultado que el manejo del ejido no sea eficiente, ya que los componentes del Comisariado Ejidal casi nunca cuentan con -

los conocimientos adecuados para tomar decisiones en forma acertada.

Comité de Vigilancia. Tiene como función específica vigilar que se cumplan, por parte del comisario ejidal, todas las disposiciones que para el funcionamiento del ejido sean dictadas en la Asamblea General de Ejidatarios, así como vigilar también que se cumplan todas las especificaciones legales.

La duración de las funciones de los comisarios y Comités de Vigilancia es de tres años, según lo marca la ley.

Una institución que desempeña un papel de particular importancia dentro de la organización interna del ejido, es la Sociedad Local de Crédito Ejidal, que opera donde otorga crédito el Banco Nacional de Crédito Ejidal. En lugares en donde la actividad del Banco es intensa, las Sociedades Locales y sus socios delegados sobrepasan la influencia y poder de decisión concernientes al Comisario Ejidal. Esta dualidad llega a alterar seriamente la estructura de organización de los ejidos.

Mientras no se consiga dar a las autoridades ejidales una motiva
ción y una preparación que, aún siendo elementales, las capacite
para desempeñar un mejor liderazgo administrativo y técnico, y
mientras no se busque desarrollar un espíritu cooperativista den
tro del ejido, será muy difícil que la organización ejidal funcione
debidamente.

En el sentido anterior, sería conveniente estudiar la posibilidad
de reparar, mediante cursos intensivos y cortos, elementos de
animación cooperativa para cada uno de los ejidos del país. Estos
cursos podrían impartirse a jóvenes ejidatarios, seleccionados en
función de su prestigio o influencia sobre el núcleo de toda la po-
blación. Dichos cursos deberían otorgarse también a las autori-
dades formales del ejido. Para no caer en una rutina burocrática
intrascedente, debería establecerse un mecanismo que permiti-
era a cada participante elaborar, en consulta con sus dirigentes
y la Asamblea de Ejidatarios, un plan de desarrollo del núcleo, -
para ser presentado a los organizadores competentes, incluyendo
las instituciones de crédito.

El costo de un programa de este tipo sería ínfimo, en relación -
a los beneficios que traería a la organización productiva y al desa
rrollo del sector rural.

CAPITULO II. EL TURISMO EN MEXICO

1. ANTECEDENTES DEL TURISMO

2. DEFINICIONES DEL CONCEPTO TURISMO

2.1. NOMENCLATURA TURISTICA

2.1.1. TURISTA

2.1.2. VISITANTE

2.1.3. ATRACTIVO TURISTICO

2.1.4. OFERTA TURISTICA

2.1.5. DEMANDA TURISTICA

2.1.6. PLANTA TURISTICA

2.1.7. ACTIVIDAD TURISTICA

2.1.8. SERVICIOS TURISTICOS

2.1.9. ZONA TURISTICA

2.1.10. AREA TURISTICA

2.1.11. CENTRO TURISTICO

2.1.12. EMPRESA TURISTICA

3. CORRIENTE TURISTICA EFECTIVA

PRINCIPALES TIPOS DE TURISMO

4.1. TURISMO SOCIAL

4.2. TURISMO SELECTIVO

4.3. TURISMO POPULAR

4.4. TURISMO EJIDAL

4.5. TURISMO SUBVENCIONADO

5. PROMOCION TURISTICA

5.1. LA PUBLICIDAD

5.2. LAS RELACIONES PUBLICAS

5.3. FASES DE LA PROMOCION

PERSPECTIVAS

II. EL TURISMO EN MEXICO

1. ANTECEDENTES DEL TURISMO

No existen datos de actividad turística durante la época del México pre-hispánico, solamente se tienen noticias de grupos de gentes que transitaban por la Meseta de Anáhuac, se supone que eran comerciantes, nobles y tal vez embajadores políticos de las diferentes tribus. Al tener estos datos debemos presuponer la existencia de algunas veredas, y tal vez lugares en donde se hospedaban los mencionados viajeros, pero sin saber realmente si existieron.

A la llegada de los españoles se introduce el transporte de mercancías jaladas por animales, se abren caminos, no solamente en planicies, sino también a través de las montañas. Los principales de que se tienen datos son, el de Veracruz a México, por Jalapa, Perote y Puebla; el de México a Acapulco, por Chilpancingo; el que llevaba a Guatemala, por Oaxaca.

Durante la época de la Nueva España, la nobleza, altos dignatarios

civiles y eclesiásticos, se hospedaban en las ciudades, en casas de amigos, o conventos. Los mercaderes, muleros y carretone-ros, se hospedaban en mesones; en los caminos era diferente, - ya que comerciantes, arrieros, soldados y grandes señores, uti-
lizaban las ventas. Por eso se piensa que éstas últimas eran mejor que los mesones, aunque ambas carecían de lujos y comodidades.

Durante el virreinato todavía no hay turismo propiamente dicho; esos tiempos el comercio sólo se realizaba con España, los puertos de entrada de mercancías y viajeros eran el de Veracruz y Acapulco. En Acapulco se embarcaba todo cuanto estaba desti-
nado al Oriente o Filipinas; a Veracruz llegaban las naves de Eu-
ropa con mercancías dirigidas a los gobiernos del Pacífico, inte-
rior de la América del Sur, y a la Argentina.

Al llegar a Veracruz las mercancías pasaban a Jalapa, a donde los mercaderes iban a recibirlas, dándose así lugar a las ferias que se realizaban bajo permiso real. A ellas iba la gente no so-
lamente a comprar, sino también a vender sus mercancías, di-
vertirse, jugar o rezar al santo patrono del lugar. Así ha de u-

nirse el comercio con la devoción religiosa. Mezcla rara, pero característica de nuestro pueblo. La feria más famosa es la de San Juan de los Lagos, en donde se reunían más de cien mil gentes - procedentes de toda la Nueva España. Esto se va a conocer más tarde como turismo interior.

En lo referente a transportes, al llegar los españoles con sus carretas tiradas por bueyes, aunado a la inseguridad de los caminos se crean las grandes caravanas compuestas por carros cargados de mercancías, diligencias de pasajeros, recuas de mulas, rebaños de ovejas y viajeros a pie, custodiados por fuertes escoltas, y a veces por un batallón o regimiento de caballería. En estas caravanas acostumbraban llevar remesas de plata, o sea el excedente de las contribuciones.

En 1849 se establece "La Casa de Diligencias" que va a ser una cadena de establecimientos de hospedaje. En 1855 los señores - Mosso Brothers and Company obtienen una concesión para construir un ferrocarril que sería de Veracruz a Acapulco; aunque no se realiza el proyecto, se puede decir que este es el inicio de los

ferrocarriles de México.

El ferrocarril mexicano inaugura su servicio el 16 de septiembre de 1869 en el tramo México-Puebla. El comercio y turismo van a recibir así un impulso, siendo ésto el surgimiento de los primeros hoteles, pues los antiguos mesones y ventas se convierten en hoteles.

En 1921 la Ciudad de México contaba con 400 cuartos de hotel. Para 1925 existían en la República 6,299 autobuses y 289 kilómetros de carreteras pavimentadas. La corriente turística en ese año - fue de 19,164 visitantes.

El turismo surge en una forma más dinámica en los años 30, a raíz de la construcción e inauguración de la Carretera Panamericana que ha de unir a México con los países del norte y centro de América. Esto, aunado al conflicto bélico de la Segunda Guerra Mundial, atraerá la corriente turística hacia nuestro país, principalmente de norteamericanos, ya que, al no poder viajar hacia otros continentes, lo hacen hacia nuestro país y, más tarde, en

1959, durante el gobierno del Lic. Adolfo Lopez Mateos, se crea el Departamento de Turismo.

Al incrementarse el turismo en el año de 1964, se va a dar preferencia a todos aquellos servicios para el turista, como son: hoteles, museos, información, etc. Para el año de 1966, se lanza un plan de desarrollo turístico e integral, el cual divide a la República en estratos (grupos o estados) y busca la promoción de la infraestructura hotelera. En 1968, al realizarse en nuestro país las Olimpiadas, se acelera la creación de hoteles y centros turísticos, agencias de viajes, servicios aéreos, etc. Se piensa que el adelanto en esta rama fue de 12 años.

2. DEFINICIONES DEL CONCEPTO TURISMO

En las definiciones clásicas del turismo, generalmente los teórios han confundido al fenómeno de desplazamiento humano temporal con la industria que lo aprovecha.

Esta situación exige la explicación del fenómeno del desplazamient

to turístico, bajo el estricto análisis sociológico, en tanto que la industria turística reclama primordialmente del análisis económico.

El estudio del turismo debe iniciarse con la apreciación del fenómeno del desplazamiento humano que lo genera, por ser éste el recurso esencial y final que pretende aprovechar la actividad económica denominada como industria turística.

El movimiento humano de referencia da origen al fenómeno turístico. Cuando se realiza en forma temporal, característica que presupone la existencia de un espacio vital al que se retorna, y que puede entenderse como aquel ámbito geográfico donde el hombre se desenvuelve socialmente.

El término turismo conviene por tanto utilizarlo para definir al "fenómeno social de desplazamiento humano de un espacio vital a otro temporal."

Por su parte, el Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas

considera al turismo como un sistema. Lo define como: "Un conjunto definible de relaciones, servicios e instalaciones que interactúan cooperativamente para realizar las funciones que promueven, favorecen y mantienen la afluencia y estancia temporal de los visitantes."

Es de señalarse que la industria turística se localiza en el espacio al que concurren temporalmente las corrientes turísticas, mis que, a su vez, es espacio vital de otro conglomerado social susceptible de desplazarse también en forma temporal hacia otros espacios geográficos.

El desplazamiento turístico, como todo fenómeno, tiene que obedecer a una causa. En la práctica se lleva a cabo por diversas razones, como: descanso, diversión, salud, deportes, negocios, a asistencia a congresos y convenciones, misiones comerciales, ofi ciales, etc.

Es necesario distinguir los motivos esenciales determinantes de tal actividad, los que corresponderán a dos grandes tipos de razones: razones de necesidad y de tiempo libre vacacional.

Entenderemos por razones de necesidad, aquellas que obligan al desplazamiento temporal como una solución a exigencias determinadas; y las razones de tiempo libre vacacional serán el resultado de una decisión sobre cómo utilizar el tiempo vacacional.

Por tiempo vacacional entenderemos un lapso mínimo de tiempo destinado a un quehacer diferente al del trabajo lucrativo permanente, y al necesario para reparar las energías cotidianamente gastadas en el trabajo, que permita un traslado fuera del espacio

vital.

A la persona que realiza la acción del desplazamiento temporal se le denomina con la palabra turista, por las raíces etimológicas tour y turn, ambas derivadas del latín tornus (torno), como sustantivo, y tornare (redondear, tornear y, en latín vulgar, girar), como verbo, de las que se aprecia por la raíz común la idea de giro de viaje circular y de vuelta al punto de partida.

Los sufijos IST e ISMO, que complementan las palabras turismo y turista, se refieren a la acción que recae sobre una persona o grupo de ellas. Lo que explica el por qué se utiliz

zan para significar el fenómeno individual o general del desplazamiento turístico.

2.1. NOMENCLATURA TURISTICA

A continuación se enumeran una serie de términos y definiciones, con el objeto de conocer la terminología usada.

2.1.1. Turista

Todo desplazamiento humano temporal, en lapsos fluctuantes, por una duración de 24 horas o más, a un país o lugar distinto del que es su residencia habitual. Por lo tanto, serán turistas los que: viajan por placer, distracción, vacaciones, salud, por reuniones, misiones, negocios, etc.

2.1.2. Visitante

Es toda persona que se desplaza a un lugar

distinto al de su residencia, con fines distintos al de ejercer una ocupación remunerada permanente, en un período menor de 24 horas. Este tipo de clasificación se utiliza para considerar a las personas que propiamente realizan un día de campo, excursión, etc. El visitante, al igual que el turista, se traslada por placer, recreo, ejercicio físico, etc.

1.3. Atractivo turístico

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico.

2.1.4. Oferta turística

Es el conjunto de servicios puestos efectivamente en el mercado.

1.5. Demanda turística

Es el conjunto de servicios solicitados por el consumidor

Abarca todas las características del mercado actual.

2.1.6. Planta turística

Es la estructura que comprende servicios turísticos, - instalaciones y equipamiento necesarios.

2.1.7. Actividad turística

Son aquellos actos que realiza el consumidor para que se lleve a cabo el fenómeno turístico, son el objeto de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean - proporcionados los servicios.

2.1.8. Servicios turísticos

Es el producto de la planta turística que en definitiva consume el turista.

2.1.9. Zona turística

Es la unidad de mayor análisis y estructuración del universo turístico del país. Su superficie es variable, pues depende de la extensión total de cada territorio, y de la forma de distribución de los atractivos turísticos que son los elementos básicos a tomar en cuenta para su delimitación.

2.1.10. Area turística

Es una superficie de extensión menor que la de las zonas dotadas de atractivos turísticos, provista de una estructura de transporte que relaciona entre sí todos los elementos turísticos que la integran.

2.1.11. Centro turístico

Es todo el conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio, o dentro de su radio de influencia (una media hora de distancia-tiempo), con atractivos turísticos de tipo y

jerarquía suficiente como para motivar el viaje turístico.

Además debe contar con equipamiento turístico suficiente de las siguientes categorías y tipos:

a. Alojamiento

b. Alimentación

c. Esparcimiento

d. Agencias de viajes de acción local

e. Información turística

f. Comercios turísticos

g. Cambio de moneda

h. Oficina de teléfonos, correos, telégrafos y telex.

2.1.12. Empresa turística

Es aquella organización que tiene como objetivo principal el vender los servicios que tienden a satisfacer necesidades del turista, tales como: hospedaje, recreo, descanso, transporte, alimentación, servicios, etc.

Entre las principales empresas turísticas, se encuentran: balnearios, centros vacacionales, hoteles, restaurantes, medios de transporte, museos, cines, teatros, mercados de artesanías, campos deportivos, etc.

3. CORRIENTE TURISTICA EFECTIVA

El desplazamiento turístico toma realidad práctica bajo la forma de una corriente turística en potencia o efectiva. Esta última se define como: "Un conjunto de personas con características socio-económicas transitorias o cambiantes, que generan, con su presencia temporal, la actividad de la industria turística en un tiempo y espacio determinados."

Debido a la finalidad que persigue, las características de la corriente turística efectiva, deben ser cuantificadas mediante la utilización de métodos y criterios apropiados.

Los aspectos más importantes que habrán de cuantificarse para su análisis, son:

El de sus razones. Implica el objeto o las causas sociales, y sea en forma general o específica, del desplazamiento turístico.

El de su continuidad de afluencia. Implica una fluidez consistente en el traslado y la visita de los turistas, para integrar una corriente turística, de tal manera que ésta tenga una presencia constante.

El de su volumen. Implica la existencia de un nivel numérico considerable de viajeros, que tenga una significación socio-económica en el centro receptor.

El de su gasto. Implica derrama económica de los turistas en el centro receptor. Lo cual trasciende cuando se trata de los ingresos y gastos provenientes de la corriente turística internacional, que registran su impacto en la balanza de pagos de un país. Mas, de acuerdo al impacto, la corriente efectiva se divide en:

- a. Favorable - Cuando su aprovechamiento deriva en la obtención de ingresos nuevos generados en el exterior de un país.
- b. Desfavorable - Cuando sus gastos en el extranjero son una pérdida de ingresos generados en el interior de un país.

El de su estancia. Implica la determinación de un valor representado de la duración media de la estancia. Esto nos permite recabar información relativa al volumen o número de turistas, y conocer la exacta dimensión de turismo que visita un centro determinado, lo cual nos permitirá proyectar el hospedaje que se requiera para un centro o zona turística.

El de su temporalidad. Implica un tiempo de realización

del desplazamiento y, por consiguiente, diferentes modalidades de intereses e impactos, según sea la época o temporada turística.

Desde este punto de vista, la corriente turística efectiva puede ser:

a. De temporada - Correspondiente al verano e invierno.

b. Fuera de temporada - Referida a los meses puente entre temporadas.

El de su origen y destino. Implica el conocimiento del espacio geográfico de residencia permanente y el lugar o lugares donde se dirigen los turistas. Desde este punto de vista, se dividen en:

a. Corriente turística interna o nacional - Constituida por el conjunto de viajeros residentes en un país, que se desplazan exclusivamente dentro del ámbito que marcan sus fronteras.

- b. **Corriente turística internacional** - Constituída por el conjunto de viajeros que se desplazan fuera de las fronteras del país de su residencia permanente.

La corriente turística, tanto nacional como internacional, puede apreciarse como:

- a. **Receptiva** - Representa para una comunidad local o nacional, la entrada de turistas procedentes de otra.

- b. **Egresiva** - Representa para una comunidad local o nacional, el aporte o salida de turistas hacia otra.

Dentro de la corriente turística efectiva, también ocupa un lugar importante, el de los servicios turísticos como:

El de medio de transporte empleado. Que implica las preferencias que tienen los turistas por cada medio de transporte, mismas que denotan distintos requerimientos y niveles socio-económicos, a tomar en cuenta para crear, mejorar e incre-

mentar la infraestructura y la estructura turística. De acuerdo a este aspecto, la corriente efectiva puede ser :

- a. Terrestre - De automóvil, autobús y ferrocarril.
- b. Aérea - De avión público o privado.
- c. Náutica - De embarcaciones públicas o privadas.

4. PRINCIPALES TIPOS DE TURISMO

4.1. TURISMO SOCIAL

Turismo no lucrativo dirigido a sectores de la población cuyos ingresos no les permiten utilizar los servicios normales de prestación turística, por lo que es necesaria la existencia de instalaciones especiales a bajo costo.

4.2. TURISMO SELECTIVO

Es aquel que, por el costo de los servicios, pero principalmente por el tipo de actividad, queda reducido a sectores especiales de la demanda. (Ej. Caza, pesca, golf, etc.).

4.3. TURISMO POPULAR

Se refiere a los centros recreativos que se ubican generalmente más cerca de las urbes. Estos centros son administrados con el criterio de máxima rentabilidad y brindan servicios de muy bajo costo, por lo que acuden sectores de bajos ingresos.

4.4. TURISMO EJIDAL

Es la actividad de servicios que se desarrolla en zonas ejidales, explotando los atractivos turísticos de dichas zonas, y teniendo como fundamento el desarrollo integral del campo.

4.5. TURISMO SUBVENCIONADO

Se puede considerar como uno de los medios con que cuenta el Es
tado para fomentar y promover el turismo interno nacional (turismo
social), ya que tiende a favorecer a ciertos sectores de la población
de escasos recursos económicos, mediante el empleo de
subsidios totales o parciales de los gastos de viaje, alimentación
y hospedaje. (Ej. Turismo escolar y obrero.)

5. PROMOCION TURISTICA

La promoción turística es, en su sentido más amplio, una actividad
integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen
la función de favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo
del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría
de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación
económica.

La afluencia de la corriente turística hacia un centro receptor se
debe, indudablemente, a múltiples factores motivacionales que -

tienden preponderantemente a ser fijados por la Promoción Turística del propio centro, particularmente para inducir los desplazamientos realizados por razones de tiempo libre vacacional.

La Promoción Turística tiene dos funciones: una referida a la acción de crear y desarrollar las estructuras turísticas en base a inversiones de capital, uso de equipo y técnicas administrativas; la otra, encaminada a activar el desplazamiento turístico con los medios de comunicación y difusión más idóneos. A este último nos referiremos a continuación.

Los instrumentos de que se vale la Promoción Turística para activar el desplazamiento humano temporal, son:

a. La Publicidad

b. Las Relaciones Públicas

5.1. La Publicidad

Se entenderá como la técnica que se vale de los

medios de difusión masiva para hacer notorio y deseable el consumo o disfrute de algún bien y/o servicio, en nuestro caso, de los atractivos y servicios turísticos.

Los medios de difusión de que se hace uso en publicidad para su realización, son: Prensa, revistas, folletos y libros, carteles, cine, radio, televisión, correo, etc. El grado de su utilización y combinación depende del tipo y magnitud de la campaña publicitaria, ambos derivados del grupo social a promover.

5.2. Las Relaciones Públicas

Como actividad organizada corresponde a una función ejecutiva de carácter permanente que permite, a través de la información personal, oral o escrita, la comunicación propicia para lograr:

- a. La difusión de los atractivos y servicios turísticos.
- b. Colaboración entre los prestadores de servicios turísticos y entre éstos y las autoridades gubernamentales turísticas.

Abarca, principalmente, los siguientes aspectos:

- Organización de conferencias de prensa, seminarios, congresos, convenciones, etc.
- Organización de viajes y eventos especiales para la familiarización de recorridos, atractivos y servicios turísticos.

Establecimiento y operación de oficinas públicas o privadas de promoción e información al público en general.

- Distribución de comunicados, artículos a la prensa y a las radiodifusoras.

- Distribución, por correo, de sugerencias e informaciones solicitadas para el desplazamiento turístico, acompañado o no de material publicitario.

Para comprender la función de la promoción dentro de la industria turística, es necesario analizar, de manera general, los as

pectos de: Dirección, realización, objeto y efectos esperados, los cuales nos serán útiles para tal propósito.

a. Dirección. En atención a quién va dirigida, puede dividirse en:

Directa:

La que se dirige hacia un sector de población turística, perfectamente identificado y localizado en razón de una particular situación de intereses y actitudes. Ejemplo: Promociones para jóvenes, para matrimonios y familias, para hombres de negocios, etc.

Indirecta:

La que promueve a un núcleo de población general sin atender a intereses, preferencias o cualidades específicas, con incentivos de imagen e información general del centro. Ejemplo: Guías, mapas, folletos, campañas, etc.

b. Realización. En atención a quién la realiza y cómo se realizará.

Pública :

La que realizan uno o varios organismos de carácter público: autoridad estatal, regional o local; organismos descentralizados y empresas de participación estatal. Ejemplo: Departamen
e Turismo, Consejo Nacional de Turismo, etc.

Privada :

La que efectúan empresas particulares, asociaciones civiles o sociedades de carácter industrial o mercantil. Ejemplo: La - promoción de las Cámaras de Turismo, Comercio e Industria, las Asociaciones de Hoteles, Restaurantes, Agencias de Viajes, etc., así como las realizadas por las empresas que proporcionan los distintos servicios turfsticos.

La promoción pública y privada pueden ser realizadas en -

base a los efectos de costo, eficiencia y vigilancia, la dividimos en:

Institucional - Se realiza en forma organizada y sistemática, por ser éstas las características de toda institución.

Ejemplo: Los organismos oficiales y sus dependencias de poder, así como las asociaciones gremiales más importantes.

No Institucional - No se realiza en forma permanente, a pesar de observar lineamientos programáticos definidos, debido a que responde a intereses particulares de empresa.

c. Objeto. En atención a la materia de conocimiento a promover, se separaría en :

General:

Donde el objeto a promover resulta ser un país, una zona o una localidad determinada, o bien la generalidad de los atractivos o servicios turísticos. Ejemplo: Campañas para la utili

zación de los servicios de las Agencias de Viajes.

Específica:

Promociona el disfrute y el uso de un atractivo particular o el de un servicio turístico concreto. Ejemplo: "Visite el Museo de Antropología e Historia", folletos con determinadas excursiones, etc.

Cabe hacer notar que, en un orden lógico de acción, la promoción general se realiza primero que la específica, o bien ambas a la vez, ello se debe a que la primera atrae la atención global hacia el centro receptor, y la específica concreta aquel impacto.

Efectos separados. De acuerdo a los resultados que se esperan lograr en el tiempo, la promoción será:

Inmediata:

Produce beneficios a corto plazo. Ejemplo: La promoción a-

compañada de ofertas; se incluyen reducciones y ventajas económicas, así como facilidades crediticias.

Mediata:

Permite aumentar a largo plazo los desplazamientos turísticos. Ejemplo: Promociones como "Año del Turismo Internacional"; "Año del Turismo de las Américas".

De todo lo anterior, se deriva el siguiente esquema:

PROMOCION TURISTICA

A quién va dirigida: Directa e Indirecta

Quién la realiza: Pública y Privada

Como se realiza: Institucional y No Institucional

Qué promueve: General y Específica

Efectos esperados: Inmediata y Mediata

5.3. FASES DE LA PROMOCION

La promoción turística, como actividad técnica, se lleva a cabo dentro de un planteamiento secuencial que cubre tres fases principales:

- a. Planeación y Programación
- b. Realización
- c. Control y Evaluación de Resultados

a. Planeación y Programación

Consiste en reflexionar sobre la posible secuencia lógica de acción, y planearla en un programa concreto. Ello implica la determinación de los instrumentos y medios más idóneos para lograr el objetivo propuesto.

b. Realización

Consiste en poner en práctica el programa promocional.

c. Control y Evaluación de Resultados

Es la comprobación de efectividad de la producción y el establecimiento de reajustes necesarios para el logro del objetivo propuesto.

6. PERSPECTIVAS

Realmente son muy pocos los países que cuentan con un potencial de riqueza turística equiparable al que México ofrece: la diversidad de sus regiones naturales, la benignidad de su clima, la amplitud de sus litorales, la abundancia de sus manantiales terapéuticos y, sobre todo, la prodigiosa variedad, riqueza y autenticidad de su folklore, música, danza, vestidos, costumbres y aún alimentos, dan al país un atractivo natural al que se suma el interés cultural que despiertan sus famosas zonas arqueológicas, cuyos restos y reliquias dan fe del grado de avance científico y artístico de las culturas prehispánicas localizadas en el territorio mexicano.

No obstante la importancia actual de la actividad turística y el extraordinario crecimiento que ha registrado, México sigue ofreciendo en este campo, enormes posibilidades de inversión con altos niveles de rentabilidad.

Para México el turismo es una de las principales fuentes de divisas. Existen varios factores fundamentales para poder aumentar el turismo en México. En primer lugar, debemos tomar en cuenta que el turismo norteamericano (Estados Unidos), es el que más favorece a nuestro país, ya que suma el 87.0% del total, mientras que el europeo solamente llega al 4.0%.

La devaluación de la moneda mexicana que aunque acarreó grandes problemas económicos para nosotros, podría ser un factor del incremento del turismo en México por parte de los visitantes de todo el mundo. Otro factor positivo lo representa la posibilidad cercana de que en los Estados Unidos se apruebe una ley que haría deducibles, con fines fiscales, los gastos en convenciones del exterior para el área del Caribe, Canadá y México. Ello podría estimular la realización de este tipo de eventos en nuestro país.

Así como existen factores positivos, también los hay negativos que podrían limitar la llegada de los visitantes. Por ejemplo: ante el descenso del turismo en 1975, los prestadores de servicios nacionales no adecuaron totalmente los precios (por alza de costos) a los consumidores por temor a que se debilitara aún más la afluencia de visitantes, y hasta otorgaron tarifas preferenciales para alentar el turismo. Ahora ya no es posible sostener las cotizaciones de los servicios, debido al aumento de los precios y, principalmente, en el caso de los hoteles, al aumento de los salarios mínimos que representan aproximadamente el 30% del costo total. Esto podría hacer a la actividad turística menos competitiva con otros países.

Existen cifras alentadoras que denotan un crecimiento continuo, como es el porcentaje de los pasajeros transportados en avión de Estados Unidos a México. Asimismo, el número de delegados extranjeros que asistieron a convenciones realizadas en México.

Este otro punto que es determinante a este respecto, y es el turismo nacional. Convencer al mexicano de que antes de cono-

cer otros países, primero conozca México. Para lograr esto, es necesario promover el turismo a nivel nacional.

Los publicistas de la A. M. A. P. (Asociación de Agencias de Publicidad) aseguran que la actividad publicitaria es uno de los principales resortes del desarrollo turístico.

Volviendo al primer punto, el hecho de que la gran mayoría de los turistas provengan de los Estados Unidos, se debe a la cercanía de los dos países, a su gran desarrollo y altos ingresos, así como a la difusión de los medios de comunicación.

Ahora bien, para poder establecer la situación futura, se consideran tres supuestos sumamente importantes:

1. Que la situación internacional no padezca una conflagración que afecte las corrientes turísticas mundiales;

2. Que la situación política de nuestro país prosiga con la misma estabilidad que hasta la fecha, y

3. Que no se presente una depresión económica, sobre todo en Es
tados Unidos, que es nuestro principal abastecedor de turismo.

Estados Unidos estimó para los próximos diez años que: la poblaci
ción se incrementará en un 15%; el ingreso per cápita de sus poblado
res aumentará un 30%, y el ingreso disponible en un 56%;
el número total de días de vacaciones pagadas crecerá a razón -
de un 50% anual; cerca de la mitad de su población tendrá menos
20 años de edad.

El potencial turístico de ese país, mediante una promoción bien
hecha, podría canalizarse hacia México -aunque es la nación que
más turismo aporta a nuestro país (87%)--; sin embargo, no hay -
que olvidar que el turismo europeo y canadiense ha venido cre-
ciendo, y se puede también, utilizando una eficaz promoción, a-
traer un porcentaje mayor del que se recibe actualmente.

La tasa de inversiones en nuestro país, tanto pública como privada
viene creciendo a un ritmo acelerado, y las perspectivas fu-
turas de que ésta seguirá aumentando, son tangibles. Esas mis-

más perspectivas se observan en la inversión turística.

Por parte del gobierno federal se han invertido desde 1970 a la fecha 380.9 millones en la costa del Golfo, y 384.1 millones en la costa del Pacífico, dando un total de 765.0 millones. Estas inversiones no serán recuperables directamente. En las inversiones recuperables directamente se aportan 248.4 millones en la costa del Golfo, y 128.6 millones en la costa del Pacífico, o sean 377.0 millones. Con lo anterior, la inversión total gubernamental recuperable y no recuperable es de 1,142.0 millones. La inversión de la iniciativa privada es de 922.2 millones en la costa del Golfo, y 460.0 millones en la costa del Pacífico.

Por lo que se refiere a las inversiones de los particulares, el Departamento de Turismo proporciona ayuda para la obtención de créditos por el 50% de esa cantidad, a través del fondo de garantía y fomento de turismo, o de algún otro organismo financiero.

Se construirán aeropistas, carreteras, obras marítimas, obras de restauración de monumentos, dotación de agua potable, urban

zación, energía eléctrica, etc. Este (ambicioso) plan es el de mayor trascendencia de los emprendidos por el gobierno federal, hasta la fecha.

La iniciativa privada levantará campamentos de caza, albergues de descanso turístico, fraccionamientos turísticos, restaurantes, clubes de yates, balnearios y algunos centros artesanales. Asimismo, ha empezado a darse cuenta de lo redituable que es la industria turística, y todo ello aumenta las perspectivas de auge del turismo, tanto nacional como extranjero, para 1980.

La Secretaría de Gobernación y el Departamento de Turismo llevan a cabo estudios para dar mayores facilidades de entrada a los turistas extranjeros, simplificando sus trámites y eliminando restricciones en la medida de lo posible, dentro de la legislación mexicana en vigor.

Las perspectivas del avance técnico, tanto en transporte aéreo cocarretero, aumentan las posibilidades de turismo para 1980. Es obvio que aumentará la velocidad de desplazamiento de los -

aerotransportes, así como su capacidad. Por otra parte, cada vez es más acelerada la apertura de nuevas carreteras en nuestro país y su acondicionamiento, así como la instalación a lo largo de ellas de los servicios adecuados como gasolineras, restaurantes, moteles, etc., que hace más cómodo el desplazamiento por carretera y con lo cual se promoverá el turismo nacional y extranjero que se desplaza por automóvil. Con estas perspectivas, se espera: Aumento del mercado turístico potencial; creación de nuevos centros turísticos, y avance en la transportación y comunicación; es evidente que el número de turistas seguirá aumentando y, por ende, al impulso de esta demanda, lo harán los servicios que conjuntan la industria turística.

Por lo anterior, se pueden establecer dos alternativas:

1. Determinando por extrapolación una línea de tendencia que se proyecta de 1960 a 1980, del mismo número de turistas extranjeros que han llegado a nuestro país, y del gasto que han realizado, se calcula que, para 1980, arribarán a la República Mexicana 5'117,739 turistas que gastarán un total de 1,558 millo-

nes de dólares, o sea un gasto per cápita de 304 dólares.

2. Si se mantiene, de 1968 a 1980, la misma tasa de crecimiento anual del 12%, que es la que correspondió a la última década - como promedio, así como también la del 13.4% en los gastos de turismo extranjero, en 1980 se recibirán 7'323,755 turistas que erogarán 1,918 millones de dólares, y tendrán un gasto per cápita de 262 dólares.

La primera se puede considerar normal, y la segunda se puede calificar como optimista. Para que cualquiera de las dos situaciones se presente, es necesario también proyectar la inversión pública que se canalizará a las obras de infraestructura que auxilian indirectamente al turismo y las inversiones privadas, sobre todo en el ramo de hospedaje.

En vista de que la inversión pública en energía eléctrica, comunicaciones y transportes, agua potable, drenaje, alcantarillado y asistencia social, han crecido a una tasa promedio anual del 15%, no se considera difícil que continúe a ese mismo ritmo para satisfi

facere la demanda nacional y para el fomento del turismo.

Según la línea de tendencia que se ha aceptado como normal, llegarán a nuestro país 5'117,739 turistas en 1980, o sea, 3'237,910 más que en 1968. El gasto llegará a 1,558 millones de dólares.

El plan de inversión en hospedaje para el período 1974-1980 supone una aportación de 26,000 millones de pesos, y se realizará en etapas: la primera abarca el bienio 1974-1976, y proveerá 88,000 habitaciones y concluirá en 1978, lo que, dentro de los objetivos de este plan, supone un incremento promedio anual de 25% en la oferta de hospedaje.

A continuación se mencionan los principales objetivos e instrumentos del plan sectorial de turismo 1974-1980.

Objetivos :

Incremento en el ingreso de divisas por turismo: 19% (74-76),
20% (76-78).

2. Incremento en la estancia promedio y el gasto per cápita del turista.
3. Retener una parte significativa del flujo de turistas nacionales al exterior.
4. Fomentar las actividades productivas con alta intensidad de fuerza de trabajo.
5. Contribuir a descentralizar la actividad económica.
6. Incrementar la oferta de hospedaje a 88,000 habitaciones en 1976 y 156,000 en 1978.
7. Realizar una inversión de 26,000 millones de pesos en hospedaje de 1974 a 1980.
8. Incrementar la afluencia a un ritmo anual del 15%.
9. Incremento en la creación de nuevos empleos.

10. Límite superior en la deuda del sector público: 0.5% del P.I.B.

Instrumentos:

1. Campañas de promoción internas y externas.
2. Coordinación entre los prestadores de servicios turísticos.
3. Otorgamiento de mayores facilidades económicas en materia aeronáutica.
4. Desarrollo integral de nuevos centros turísticos.
5. Coordinación entre organismos oficiales del turismo.
6. Programas de capacitación turística a diversos niveles.

7. Programas de capacitación y ampliación de hospedaje.
8. Creación y ampliación de infraestructura en zonas de potencial turístico.
9. Mejorar y ampliar la capacidad del transporte terrestre.
10. Legislación orientada a la tenencia de la tierra en zonas turísticas.
11. Agilizar, mediante nuevos sistemas, los trámites de migración, información, etc.
12. Formación de sociedades entre el estado y particulares, para construcción de establecimientos de hospedaje turístico.
13. Diseño de paquetes turísticos.
14. Promoción e impulso al incremento de vuelos fletados.

Ocupación:

Las actividades directamente relacionadas con el turismo receptivo, se caracterizan por utilizar mano de obra intensiva, tanto por lo que se refiere a la prestación misma de diversos servicios que demanda el turista, como el tipo de compras que realiza en el país y que consisten, fundamentalmente, en productos de artesanía.

Distribución del "peso turístico" según la Asociación Mexicana de Turismo:

17%	Hospedaje
20%	Restaurantes
22%	Transportes
15%	Diversiones y misceláneos
26%	Compras de objetos diversos
<hr/>	
100%	

Dentro de este perfil turístico, es necesario también determinar el turismo nacional que se desplaza hacia el extranjero,

Con base en la línea de tendencia de 1960-1980, se tiene que en este último año saldrían 865,988 turistas nacionales, erogando - 660.9 millones de dólares, o sea, con un gasto per cápita de - 763.2 dólares.

Es necesario, por lo tanto, llevar a cabo una campaña exhaustiva para hacer que el turista nacional primero conozca México, y que a los que salgan al exterior, se les haga un urgente llamado a que
minuyan sus gastos.

SEGUNDA PARTE

CAPITULO I

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO TURISTICO EJIDAL EN SAN LORENZO TEOTEPILCO

1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO Y METODOLOGIA
2. EL PLAN NACIONAL EJIDAL TURISTICO
3. ANALISIS DE LAS CARACTERISTICAS FISICAS Y SOCIO-ECONOMICAS DEL ESTADO DE PUEBLA
 - 3.1. ASPECTOS HISTORICOS
 - 3.2. MEDIO FISICO
 - 3.3. POBLACION
 - 3.4. INFRAESTRUCTURA
4. ANALISIS DE LAS CARACTERISTICAS FISICAS Y SOCIO-ECONOMICAS DEL EJIDO DE SAN LORENZO TEOTEPILCO
 - 4.1. ASPECTOS GENERALES
 - 4.2. CONDICIONES FISICO-GEOGRAFICAS
 - 4.3. INFRAESTRUCTURA
 - 4.4. POBLACION
 - 4.5. AGRICULTURA Y GANADERIA

4.6. ACTIVIDADES INDUSTRIALES

4.7. TURISMO

**5. ANALISIS DE MERCADO PARA EL EJIDO DE
SAN LORENZO TEOTEPILCO**

**5.1. DELIMITACION DEL AREA DE INFLUENCIA
PARA EL ANALISIS DE MERCADO**

5.2. ANALISIS DE LA DEMANDA

**5.3. TURISMO A LOS BALNEARIOS DEL AREA DE
MERCADO**

5.4. ANALISIS DE LA OFERTA COMPETITIVA

**5.5. ESTIMACION DE LA DEMANDA EFECTIVA
PARA LA ZONA DE INFLUENCIA**

6. DESCRIPCION DEL PROYECTO ARQUITECTONICO

6.1. ASPECTOS GENERALES

6.2. ASPECTOS URBANISTICOS

6.3. TOPOGRAFIA Y CARACTERISTICAS DEL TERRENO

6.4. ZONIFICACION

6.5. ASPECTOS CONSTRUCTIVO-ECONOMICOS

6.6. ASPECTOS FUNCIONALES

6.7. ASPECTOS ESTETICOS

7. EVALUACION FINANCIERA Y ECONOMICA

7.1. ANTECEDENTES

7.2. ANALISIS DE INVERSION

7.3. FINANCIAMIENTO

7.4. CALENDARIO DE INVERSIONES Y SU APLICACION

7.5. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

7.5.1. INGRESOS

7.5.2. EGRESOS

7.6. ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS

**7.7. DESARROLLO FINANCIERO DEL FLUJO
DE EFECTIVO**

7.8. CUADRO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS

7.9. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

7.10. PUNTO DE EQUILIBRIO

7.11. EVALUACION ECONOMICA

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO TURISTICO EJIDAL EN SAN LORENZO TEOTEPILCO

1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO Y METODOLOGIA

El objetivo del presente trabajo consiste en evaluar el potencial que, para el desarrollo turístico, tienen los terrenos que se ubican en el Ejido de San Lorenzo Teotepilco.

Un centro turístico potencial o existente, no puede ser evaluado por separado del área o región en la cual está localizado, ni tampoco de otros centros turísticos. El área puede ser local, estatal o una región que cruza los límites geográficos de un estado. El Ejido de San Lorenzo está ubicado en el Estado de Puebla. El área carece de atracciones que apoyen la construcción de instalaciones turísticas, sin embargo, la disponibilidad de agua pura de los manantiales, el aspecto agradable del terreno y su cercanía a las ciudades de Puebla y México, son factores importantes para recomendar la construcción de instalaciones recreativas. Para lo cual se realizó, en una primera parte, un estudio de mercado que

servió de base para determinar el programa de desarrollo turístico recomendable para San Lorenzo Teotepilco; de acuerdo a este programa se elaboró el proyecto arquitectónico.

Finalmente, con los datos del proyecto se llevó a cabo la evaluación económico-financiera del programa de desarrollo turístico propuesto.

El presente trabajo contiene los resultados, conclusiones y recomendaciones basados en nuestras investigaciones del área de mercado.

La investigación realizada fue sustentada en dos áreas de actividad: el trabajo de campo o investigación directa y la investigación de información de gabinete previo. La realización de dichas actividades se inició simultáneamente, considerando que la de mayor grado de dificultad es la correspondiente a la generación e interpretación de la información que se obtiene en la zona de estudio.

Al finalizar el trabajo de campo, durante el cual se entrevistaron

a los ejidatarios y a los usuarios de balnearios, se inició el análisis de la información recabada. De este análisis se obtuvo una síntesis de los elementos que conducen a recomendaciones básicas para la elaboración del Programa de Desarrollo Turístico.

2. EL PLAN NACIONAL EJIDAL TURISTICO

Ante la urgente necesidad de aumentar los ingresos de los sectores rurales menos favorecidos, dentro de los programas de la Secretaría de la Reforma Agraria se ha incluido el desarrollo del Plan Nacional Ejidal Turístico. Este Plan se ha concebido con dos objetivos primordiales:

- a. Crear nuevas fuentes de trabajo para los núcleos ejidales con el objeto de elevar su nivel de vida, de acuerdo a los lineamientos de la Ley de Reforma Agraria, en el sentido de que el ejido debe ser una empresa social que tiene como finalidad la explotación integral y racional de los recursos que lo componen, de tal manera que se alcance la superación económica y social de los campesinos.

- b. Establecer centros turísticos atractivos que sean accesibles a grupos de bajos ingresos, atendiendo a lo estipulado por la misma ley, en cuanto a las finalidades económicas y sociales del ejido.

En forma adicional a los objetivos primordiales, se persiguen otros que podrían considerarse complementarios, como por ejemplo, crear efectos multiplicadores que estimulen la actividad económica y fomentar la producción en dichas zonas en forma programada y socialmente orientada.

De esta forma el Plan constituye el medio para desarrollar aquellas áreas que, por sus condiciones naturales y factores de localización, pueden llevarse a cabo proyectos de tipo turístico, sin afectar la producción agropecuaria que, de acuerdo a las políticas nacionales, tiene la más alta prioridad. También es pertinente resaltar que el Plan no se considera como una acción independiente, sino que está sujeto a los lineamientos fundamentales del Ejecutivo Federal en cuanto a que toda medida deberá cumplir con los objetivos de alcances nacionales, como el de una mejor distribución

del ingreso, crear fuentes de ocupación, lograr la independencia económica, etc.

Asimismo, se contemplan objetivos específicos, tales como: formular y ejecutar proyectos económicamente redituables y socialmente viables, impulsar actividades que proporcionen ingresos complementarios a los ejidos y propiciar que las clases de ingresos moderados tengan acceso a los centros turísticos.

Las funciones que el Plan tendrá a su cargo, se pueden sintetizar en la forma siguiente:

- Atender administrativa y técnicamente las solicitudes que presenten los ejidos para que se establezcan en sus terrenos centros recreativos o turísticos.

- Realizar los estudios para definir la factibilidad de los proyectos.

- Ejecutar las obras necesarias de acuerdo con la factibilidad técnica.

nica y socioeconómica de los proyectos.

- Llevar a cabo programas de capacitación a los ejidatarios.
- Coordinarse con otras dependencias que tengan ingerencia en este campo.
- Establecer una estructura administrativa y técnica, acorde con la solución oportuna a las peticiones y promociones para desarrollos ejidales turísticos.

3. ANALISIS DE LAS CARACTERISTICAS FISICAS Y SOCIO-ECONOMICAS DEL ESTADO DE PUEBLA

3.1. ASPECTOS HISTORICOS

Los teotihuacanos y los mixtecas son los grupos más antiguos que vivieron en lo que es el actual estado de Puebla. La entidad corresponde al territorio que al final del virreinato ocupó la intendencia de Puebla, parte de cuya superficie se integró posteriormente a los estados de Guerrero y Tlaxcala.

Son muchos los sucesos importantes dentro de la historia del país, que se desarrollaron en este estado, como por ejemplo, las operaciones militares que durante la Guerra de Independencia realizó José María Morelos en Tehuacán y en Izúcar. En 1832, ya lograda la autonomía nacional, en las cercanías de la ciudad de Puebla se decidió el triunfo de la rebelión de Santa Ana contra el régimen federal, y que dió como resultado la implantación del centralismo.

En 1862, la ciudad de Puebla escenificó un gran acontecimiento: la derrota de las tropas francesas ante los ejércitos dirigidos por el General Ignacio Zaragoza. Y, aunque el año siguiente fue ocupada tras un prolongado sitio, la batalla del 5 de mayo cambió los planes de los franceses, dando como resultado la liberación de la ciudad de Puebla.

3.2. MEDIO FISICO

Localización

El estado de Puebla se encuentra localizado en el altiplano mexi-

cano, entre las laderas orientales de la Sierra Madre Oriental, entre los 17° 52' y 20° 52' de latitud norte, y entre los 90° 04' y 99° 04' de latitud oeste del Meridiano de Greenwich.

Límites

- Al Norte y Este: Con el estado de Veracruz
- Al Sur : Con el estado de Oaxaca
- Al Suroeste : Con el estado de Guerrero
- Al Oeste : Con los estado de Hidalgo, Tlaxcala, México y Morelos

Extensión Territorial

33,919 kilómetros cuadrados, lo cual representa el 1.7% del territorio nacional.

Orografía

El suelo del estado de Puebla, en términos generales, es escabroso y con gran número de montañas, algunas notables por su belleza

za y altura, como el Popocatépetl (5,452 m), y el Iztaccíhuatl (5,286 m), que ocupan, respectivamente, el segundo y tercer lugar entre las eminencias geográficas del país. El volcán de la Malinche (4,461 m), ocupa el cuarto lugar, y se localiza entre Puebla y Tlaxcala.

El sistema orográfico del estado se puede dividir en: Región Norte, Región Sur y Región Centro.

La región norte comprende parte de la Sierra Madre Oriental, la cual, dentro del estado, recibe el nombre de Sierra de Puebla; integrada por las serranías de Zacapoaxtla, Huauchinango, Teziutlán, Tetela, Chignahuapan y Zacatlán.

La región centro comprende las sierras de Tentzo, Tecamachalco y Sierra Nevada, límites con los estados de México y Morelos.

Entre los macizos montañosos se encuentran numerosos valles y amplias llanuras, entre las que destacan las de Puebla, Tehuacán, San Martín Atlixco y San Andrés Chalchicomula.

Hidrografía

El sistema hidrológico del estado está formado por el Río Atoyac, que fluye en dirección Noroeste-Sureste, formando el Cañón Balcón del Diablo, donde se localiza la Presa de Valsequillo; posteriormente, se le unen los ríos Xamilpan, Huehuetal, Mixteco y el Nexapa o Mexala.

En el sureste, la corriente más importante es el Río Salado, que nace en el Valle de Tehuacán con el nombre de esa población, y descarga sus aguas en el Río Tomellín.

En la parte norte del estado se encuentran los ríos Necaxa, Lexaxalapa, Apulco y Tlatlahuqui, que siguen la dirección Oeste-Este y vierten sus aguas en el Río Tecolutla. Sobre los ríos Apulco y Necaxa se localizan las presas La Soledad y Necaxa.

Clima

En cuanto a climas se refiere, el estado se puede dividir en cinco

regiones: la parte central y sur, que presenta un clima templado sub-húmedo, con medias anuales de 858 mm de precipitación y 15° C de temperatura.

El norte, donde se presenta un clima cálido y semicálido -húmedos los dos-, pero con precipitación de 2,250 mm y 22° C de temperatura.

En la región sureste existen áreas en las que los climas son semisecos y la temperatura varía desde cálido hasta templado. Las medias anuales son: precipitación de 550 mm y temperatura de 22° C.

3.3. POBLACION

Aspectos generales:

De acuerdo con el censo de 1970, Puebla cuenta con 2'796,155 habitantes. La densidad de la población es de 82.4 habitantes por kilómetro cuadrado, o sea casi el triple de la densidad del país.

Por otro lado, el crecimiento natural de la población fue de 38, 400 habitantes, el cual superó al de la República Mexicana (35, 700).

La tasa de crecimiento anual de la población durante la década - 1950-1960, fue de 2%; para 1960-1970, de 2.2%; y se estima que en el período 1970-1980 sea de 2.5% .

El estado de Puebla cuenta con una población bastante joven, ya que el 70% del total está comprendida de 0 a 29 años. Esto nos da idea de la gran reserva de fuerza de trabajo potencial de que - dispone dicho estado. Para 1980, se calcula que el 54.9% de la población esté asentada en el medio urbano.

Es evidente que en la entidad hay una fuerte dispersión de la población rural, ya que la corriente migratoria es muy fuerte, y su principal destino es el Distrito Federal .

Existen varias lenguas indígenas, principalmente mexicana, náhuatl y totonaca, además del mazateco, mixteco y popolúca.

La población económicamente activa ha mostrado en los últimos

20 años una fuerte disminución en relación a la población total.

La estructura proyectada de la P.E.A. para 1980 en el estado de Puebla, es la siguiente: 50% al sector agropecuario, 25% al industrial y 25% al terciario.

Nivel Educativo

Las instituciones de enseñanza en el estado, son las siguientes:

2,739 escuelas primarias; la educación media se imparte en 277 escuelas y la superior en 43. Funcionan 20 normales y dos universidades, la Universidad Autónoma de Puebla, con 18 carreras profesionales, y la Universidad de las Américas, privada, con 24 carreras. Por último está el Tecnológico de Puebla.

3.4. INFRAESTRUCTURA

El sistema carretero estatal está integrado por 5,952 kilómetros de camino, de los cuales 1,615 son de terracería; 2,364 revestidos, y 1,973 están pavimentados. Existen en la entidad excelentes vías de acceso a la capital de la República y al resto del país,

entre las que se pueden señalar como principales: la autopista México-Puebla-Orizaba; las carreteras federales México-Puebla, - Puebla-Veracruz-Jalapa-Tehuacán, y las que van de Puebla a - Oaxaca, a Tlaxcala y a Teziutlán. Además cuenta con una amplia red de carreteras estatales (el 43% del sistema), secundarias y alimentadoras, y con casi 1,000 kilómetros de vía férrea que están enlazados a 29 de las principales poblaciones de la entidad.

Por otra parte, hay 36 aeropistas ubicadas principalmente en las regiones montañosas, y aeropuertos en las ciudades de Puebla y Tehuacán.

El estado cuenta con 433 oficinas de correos, 37 telégrafos, más de 53 mil teléfonos instalados, y una central de telex en la capital, donde funcionan también seis radiodifusoras de amplitud modulada y tres de frecuencia modulada, además de un canal retransmisor de televisión. Ocho de los municipios de la entidad cuentan con una estación radiofónica.

La capacidad eléctrica instalada es de aproximadamente 564,037

kilovatios (de los cuales 543,927 son de servicio público, y 20,110 de servicio privado). La planta hidroeléctrica más importante es la de Necaxa, con 115 mil kilovatios de capacidad instalada. Atraviesan la entidad las líneas que llevan energía eléctrica generada en el Grijalva hacia el centro del país.

En el estado de Puebla se desarrollan diversas actividades productivas como la agricultura, la fruticultura, la ganadería y la silvicultura.

El estado de Puebla tiene 1.2 millones de hectáreas susceptibles de aprovechamiento agrícola, de las cuales 43 mil hectáreas son de temporal.

El principal producto agrícola es el maíz. Puebla es el primer -- productor de cebada forrajera (la cuarta parte del total nacional), de haba (23%) y de pera (24%). Tiene el segundo puesto como productor de manzana, después de Chihuahua, y el tercero de cacate, tras de Chihuahua y Jalisco. Otros cultivos importantes son: frijol, café y papa.

El estado cuenta con 720 mil hectáreas de pastos naturales en ce-
rros y llanuras. Más de la décima parte de la superficie estatal
es boscosa (386 mil hectáreas). Puebla cuenta con floresta de cli-
ma templado y frío (pino-encino); tropical (cedro y caoba), y sub-
tropical (nogal y fresno); además de vegetación propia de zonas
semiáridas (gobernadora, candelilla, yuca, huizache y mezquite).
De la superficie arbolada (215 mil hectáreas), se consideran apro-
vechables 208 mil hectáreas. Puebla es la séptima entidad en -
cuanto a potencial industrial; la superan el Distrito Federal, el
Estado de México (cuya cercanía ha estimulado el crecimiento del
plantel industrial poblano), Nuevo León, Veracruz, Jalisco y -
Coahuila, a la que casi iguala.

La industria poblana es, básicamente, de transformación; y puede
señalarse como la rama más importante la textil, que absorbe
la cuarta parte de la inversión y representa cerca de un tercio del
valor de la producción industrial. En este aspecto, la entidad ocu-
pa el tercer lugar nacional; superada solamente por las plantas -
textiles del Distrito Federal y del Estado de México. Le siguen -
en importancia las industrias metálica básica (20% del capital in-

vertido y 14% del valor de la producción); de fabricación y ensamble de vehículos automotrices y sus partes; de productos alimenticios; de bebidas, y de sustancias y productos químicos.

La capital del estado, que es el principal centro manufacturero, ha sufrido en la última década un sensible cambio, ya que, además de la tradicional rama textil, se han instalado plantas automotrices, siderúrgicas y químicas. Este crecimiento se debe principalmente a la cercanía de Puebla con el principal mercado del país; a la infraestructura con que está dotada la entidad, y a la política de descentralización promovida por la Federación. En consecuencia con tal política, a mediados de 1971 se creó el Corredor "Puebla Industrial", que va desde la capital del estado a San Martín Texmelucan, teniendo como eje la autopista México-Puebla. Asimismo, se prevé el desarrollo de Atlixco, Tehuacán y Teziutlán.

En cuanto a la minería, en Puebla se explotan minerales no metálicos, como barita, yeso, talco, mármol y otros.

4. ANALISIS DE LAS CARACTERISTICAS FISICAS Y SOCIO-ECONOMICAS DEL EJIDO DE SAN LORENZO TEOTEPILCO

4.1. ASPECTOS GENERALES

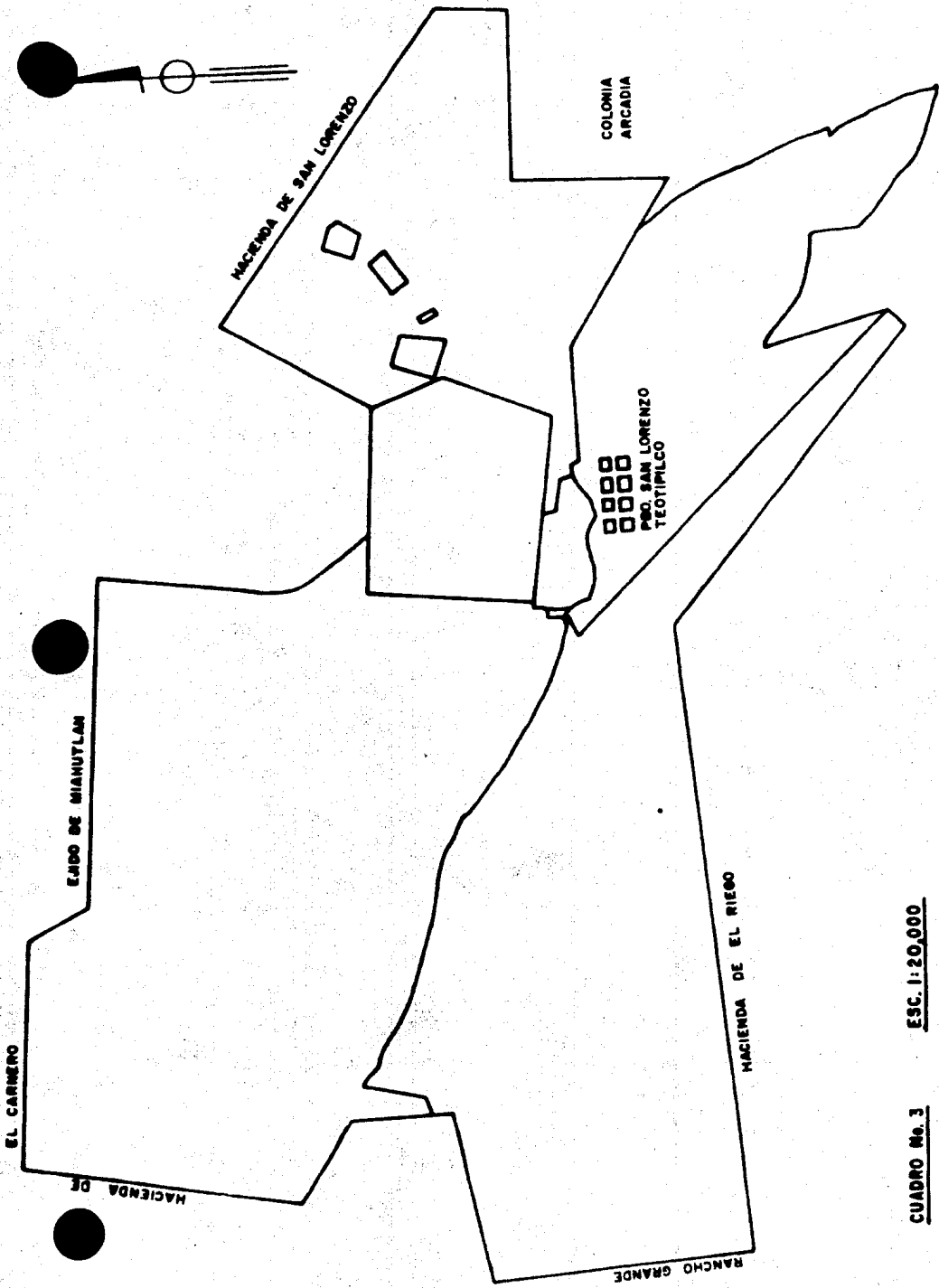
El Ejido de San Lorenzo se localiza al sureste del estado de Pue
bla, en la carretera Puebla-Tehuacán No. 150. Sus meridianos
son: 18° 27' 52" de latitud norte, y 1° 44' 34" de longitud este,
con una altura de 1,648 metros sobre el nivel del mar. Sus lími
tes son los siguientes:

Al Norte : Con el Ejido Santiago Miahuatlán y
la Hacienda de El Carnero

Al Sur : Con la Hacienda de El Riego

Al Oriente : Con Rancho Grande

Al Poniente : Con la Hacienda de San Lorenzo
y la Colonia Arcadia (Ver Cuadro 3)



CUADRO No. 3 **ESC. 1:20,000**

El ejido cuenta con 1,823 hectáreas, de las cuales 605 son de superficie fraccionaria, dividida en 121 parcelas de 5,000 hectáreas cada una, repartidas entre 120 ejidatarios, y la diferencia -1,218 hectáreas-, son incultivables.

4.2. CONDICIONES FISICO-GEOGRAFICAS

El ejido cuenta con manantiales de aguas bicarbonatadas, cálcicas y cloruras sódicas con propiedades medicinales.

En cuanto a la temperatura observada, el promedio anual es de 21.3° C, que va del seco al templado durante todo el año.

4.3. INFRAESTRUCTURA

El ejido está comunicado por la carretera federal No. 150, pavimentada, con líneas de servicios sub-urbanos y foráneos. Cuenta con dos líneas de transporte: Tres Estrellas S.C.L. y Circuito Colonias, las cuales salen cada 15 minutos de Tehuacán, y el pre

cio del pasaje es de \$1.50.

Las carreteras más importantes que cruzan el municipio de Tehuacán, son:

- FEDERAL: Puebla-Tehuacán
- FEDERAL: Tehuacán-Huajuapán de León con entronque a Oaxaca, o bien a Cuautla-Cuernavaca
- FEDERAL: Tehuacán-Orizaba-Córdoba-Veracruz
- FEDERAL: Tehuacán-Cañada-Esperanza-Entronque super carretera Puebla-Córdoba

Asimismo, los ferrocarriles son:

- Puebla-Tehuacán
- Tehuacán-Oaxaca
- Tehuacán-Esperanza-Orizaba-Córdoba
- Veracruz-Conexión sureste

Servicios Públicos

Existe agua potable abastecida por un sistema de bombeo proveniente

te de los manantiales, el cual se almacena en un depósito para, -
posteriormente, distribuirse a todo el pueblo por medio de tube-
ría.

Aproximadamente un 80% de la población cuenta con servicio de e
lectricidad, red de alumbrado público; además cuenta con drena-
je y servicio de correo.

4.4. POBLACION

En base a la información del último censo de población de la Direc-
ción General de Estadística, el municipio de Tehuacán cuenta con
68,333 habitantes, de los cuales 17,903 representan la población
económicamente activa - 26.2% de la población -, que se distribu-
ye de la siguiente manera: 29.8% se dedica a la agricultura; 32.2%
a la industria (incluye industrias extractivas, de transformación,
generación de energía), el 38% al sector de los servicios (inclu-
ye comercio, transportes y gobierno).

El Ejido de San Lorenzo cuenta con una población total de 2,103 habitantes, de los cuales 1,015 son hombres y 1,088 son mujeres.

Sólo existe una escuela primaria federal, constituida por 9 aulas y 10 maestros, de los cuales 8 son pagados por el gobierno, y 2 por el pueblo. Asisten 405 alumnos en los dos turnos (diurno y vespertino).

Asimismo, está en proyecto la Escuela de Educación Abierta, con una capacidad de 95 personas asesoradas por el Director de la Escuela Primaria en donde se impartirán las materias de matemáticas, español, ciencias sociales y ciencias naturales.

La población analfabeta es de 47 hombres y 86 mujeres.

Debido a que carecen de escuela secundaria, los egresados de la primaria tienen que trasladarse a Tehuacán para seguir sus estudios. Existe además un Centro de Capacitación, en donde se imparten clases de cocina, corte y confección, tejidos, etc.

4.5. AGRICULTURA Y GANADERIA

La extensión de tierra laborable en el ejido es de 605 hectáreas, de las cuales el 29% es de riego, y el 71% de temporal. Los cultivos más importantes en el ejido son: maíz, alfalfa y forrajes.

De los cultivos de más rápido desarrollo, el forraje ha representado el producto estratégico para la elevación de los ingresos campesinos.

La ganadería es una actividad que se ha desarrollado lentamente en la región; sin embargo, las especies de vacunos y ovinos plantean buenas posibilidades.

4.6. ACTIVIDADES INDUSTRIALES

El ejido cuenta con una embotelladora denominada "MANANTIALES DE SAN LORENZO", en la cual trabajan 58 personas de planta y 50 eventuales, con un sueldo promedio de -

\$84.00 diarios. Además cuenta con pequeñas fábricas de tabique, tabicón y una fábrica de granito, así como una planta de gas denominada GAS DE ORIENTE.

Por ser un ejido pequeño, sólo cuenta con las siguientes actividades comerciales: 15 tiendas de abarrotes, 6 restaurantes, 3 pulquerías, 1 gasolinera con 5 bombas, y 1 casa de huéspedes.

Además existen otras actividades económicas, como la fabricación del ónix y artesanías de palma.

4.7 TURISMO

El Ejido de San Lorenzo cuenta con diversos atractivos turísticos, sin embargo, es escasa la promoción turística y no se han interesado los sectores de la entidad para impulsarlo.

Existen manantiales de aguas minerales, las cuales han dado fama al lugar ya que, aún sin promoción, acuden a esta región un aceptable número de visitantes.

Más adelante se muestran los resultados del estudio de mercado efectuado en la región, en donde se analiza la oferta y demanda turística, y se determinan las posibles alternativas para el desarrollo turístico.

5. ANALISIS DE MERCADO PARA EL EJIDO DE SAN LORENZO TEOTEPILCO

5.1. DELIMITACION DEL AREA DE INFLUENCIA PARA EL ANALISIS DE MERCADO

El análisis de la demanda potencial para instalaciones turísticas en el Ejido de San Lorenzo Teotepilco, está basado, principalmente, en los patrones presentes de turismo al área de Puebla-Tehuacán y Tlaxcala. Existen dos tipos básicos de turismo hacia el área:

- a. Grupos de turistas nacionales y extranjeros de altos ingresos que visitan los lugares de interés del área de Puebla, quienes buscan hospedaje para pernoctar.

b. Aquellos provenientes del Distrito Federal, quienes solamente hacen viajes por un día.

Debido a la localización del Ejido San Lorenzo Teotepilco, hemos definido a Puebla, Tehuacán y Tlaxcala, y a las zonas inmediatas que les rodean, como áreas de influencia para el análisis de mercado.

5.2. ANALISIS DE LA DEMANDA

Afluencia del turismo al área del mercado:

- Tehuacán
- Tlaxcala
- Puebla

Tehuacán:

El área de Tehuacán atrae al turismo principalmente por el deseo que tiene éste de conocer los manantiales de agua mineral con que cuenta esta zona, y que, por tradición, se dice que tiene características curativas, así como visitar los lugares de interés, como son las embotelladoras de agua mineral y los pueblos cercanos que

ofrecen artesanías de ónix; sin embargo, dichos atractivos se ven reducidos en gran parte por la falta de promoción turística que se le da a esta zona, así como por la cercanía al área de Puebla que cuenta con atractivos turísticos en mayor número que Tehuacán.

Tlaxcala:

El área de Tlaxcala cuenta a corto plazo con poco potencial para construcción de instalaciones turísticas. A diferencia de la ciudad de Puebla, Tlaxcala no cuenta con centros turísticos existentes o potenciales que pudieran atraer un considerable número de visitantes. El área de Tlaxcala posiblemente podría atraer al turista que desea visitar los lugares de interés. Excelente ejemplo es su arquitectura barroca en iglesias dentro y alrededor de la ciudad, y algunos pueblos de las cercanías que ofrecen notables artesanías nativas, especialmente textiles. Sin embargo, dichos atractivos se ven reducidos en gran parte por los siguientes factores:

a. Anteriormente pasaba por el estado una parte considerable de

tránsito entre la Ciudad de México y Veracruz, y entre la Ciudad de México y Puebla, la terminación de las autopistas de cuota México-Puebla y Puebla-Orizaba, han desviado la mayor parte de dicho tránsito que pasaba por Tlaxcala.

b. La cercana área de Puebla sobrepasa a la Ciudad de Tlaxcala en número y presentación de edificios coloniales e históricos que podrían atraer al turista procedente de la Ciudad de México.

c. Aunque la Ciudad de Tlaxcala es un lugar pintoresco y singular, no cuenta con hoteles o restaurantes de calidad turística. Lo anterior, limita en gran parte su atracción sobre el mercado de turistas nacionales y extranjeros que visitan los sitios interesantes que la zona ofrece.

Ciudad de Puebla :

El turismo al área de estudio tiene como centro la Ciudad de Puebla. La mayoría de los turistas son atraídos por los sitios arqueológicos (Cholula), coloniales (Ciudad de Puebla y sus alrededores)

y modernos (Africam). En gran parte este turismo es nacional - procedente de la Ciudad de México, que visita Puebla durante un día o por el fin de semana. Aunque no se dispone de datos exactos para los últimos años, relativos al número de turistas que pernoctaron en la ciudad, se calcula que fue de aproximadamente - 190,000 en 1970. De esta cifra, únicamente 10,000 turistas que pernoctaron eran extranjeros, de los cuales se calcula que 8,000 procedían de los Estados Unidos.

El turismo extranjero que pernocta en la Ciudad de Puebla, es muy poco en comparación con el de Taxco, otro centro con lugares de interés situado en la periferia de la Ciudad de México. En 1970, aproximadamente 141,000 turistas extranjeros visitaron - Taxco, y la mayoría de ellos pernoctó en la ciudad, al menos una noche. Obviamente, Puebla solamente capta un pequeño porcentaje del mercado extranjero potencial de alojamientos, que está formado por los turistas de destino que provienen de la Ciudad de México para visitar los lugares de interés. Parece que el éxito de Taxco se basa en su sobresaliente reputación como centro turístico co, la que a su vez se deriva de la combinación de su pintoresca

atmósfera colonial, y su ubicación sobre una de las principales ru
tas turísticas para extranjeros, la carretera de la Ciudad de México
a Acapulco. Se calcula que el 95% del turismo extranjero que
pernocta en Taxco, está constituido por personas que se dirigen
a alguno de los dos importantes centros de destino: México o A-
capulco. En contraste, Puebla ofrece atractivos de mayor inter-
rés, sin embargo, carece de la ventaja de una ubicación más es-
tratégica que le impide constituir una escala en las excursiones -
organizadas.

La mayor parte de la demanda de alojamientos en el área de Puebla
proviene de los visitantes nacionales de altos ingresos. Debi
do a sus atractivos históricos combinados con su proximidad al -
Distrito Federal, Puebla es un centro de destino popular entre -
las familias de la capital durante los fines de semana, días festico
vos o vacaciones. Se calcula que el promedio de permanencia es
de 2.5 días. En Semana Santa se registra la mayor corriente
de turistas nacionales. Este segmento de la demanda constituye
factor principal de las elevadas tasas anuales promedio de ocupa
ción de los hoteles de calidad turística.

El turismo nacional que vacaciona y el que visita los lugares de interés, alcanzando su máxima capacidad de visitantes los fines de semana, no sería suficiente para mantener estas elevadas tasas de ocupación. Sin embargo, durante la semana, los hombres de negocios del país mantienen la ocupación de los mejores hoteles en un nivel elevado. Este es un importante segmento de la demanda para pernoctar, ya que Puebla es un notable centro comercial e industrial. Algunos hoteles, particularmente el Lastra y el Mesón del Angel, han tenido éxito para atraer convenciones nacionales y regionales durante todo el año, con lo cual contribuyen significativamente a las tasas de ocupación de los hoteles.

5.3. TURISMO A LOS BALNEARIOS DEL AREA DE MERCADO

Generalidades

Como mencionamos anteriormente, otra de las afluencias de turismo más importantes, es aquella que visita los balnearios en área de Puebla, Tehuacán y Tlaxcala. Este segmento del turismo proviene, en su mayoría, del área de la Ciudad de México

y está compuesto por personas con un nivel de ingresos bajo, quienes, los fines de semana, buscan oportunidad de esparcimiento, nadando y tomando baños de sol.

Con el propósito de determinar el mercado potencial para un balneario en el Ejido de San Lorenzo Teotepilco, se realizó una encuesta de balnearios en el área de Puebla, donde destaca la importancia del Balneario Agua Azul, ya que recibe una gran cantidad de visitantes del área del Valle de México. También llevamos a cabo entrevistas en los Balnearios Alfa. Asimismo se investigaron las áreas de Tehuacán, Tlaxcala y Morelos.

Perfil del usuario de balnearios en el área

A través de las encuestas se determinaron perfil y características de los usuarios de los balnearios.

El usuario típico es en un 80% una persona joven, menor de 34 años, proveniente del Distrito Federal que visita los balnearios en grupos de su misma edad.

El ingreso del 69% de estas personas es menor de \$5,000.00 MN mensuales. El nivel de ingresos es consistente con otras características socio-económicas reportadas, tales como: empleo u ocupación, colonia en que viven, etc. Como se trata de grupos jóvenes, sus principales propósitos al visitar los balnearios, son: practicar algún deporte -especialmente la natación-, descansar aseleándose y bailar acompañados por conjuntos musicales.

Es frecuente encontrar grupos organizados que viajan en camiones rentados para excursión. Estos grupos son muy aficionados a los balnearios, lo que se puede observar por las visitas frecuentes - que efectúan a un mismo centro, y también por las visitas que realizan a otros balnearios para conocerlos o simplemente para cambiar de vez en cuando.

Los usuarios son muy sensibles al precio, por lo que evitarán asistir a un balneario que cobre más de \$18.00 MN por persona; sin embargo, esto no significa que pasen por alto la calidad del mismo, pues son muy exigentes y buscan los balnearios que cuenten con instalaciones amplias y limpias; ésto es, que tengan muchas áreas verdes, varias albercas, canchas deportivas, etc.

Origen de los usuarios

En los balnearios del área de Puebla, los visitantes provienen en un 70% del Area Metropolitana del Valle de México; en un 25% de Puebla, y en un 5% de otros lugares.

En el área de Morelos, los usuarios provienen en un 90% del Distrito Federal y del Estado de México. El 10% restante proviene de los estados de Michoacán, Puebla y Morelos.

Ocupaciones

Las ocupaciones de la mayoría de los usuarios de balnearios, son las de: empleados, obreros, secretarias, choferes, artesanos, estudiantes y sub-empleados. Todas estas ocupaciones tienen aproximadamente los niveles de ingreso familiar menores a los \$5,000.00.

Medio de transporte

Existen dos medios importantes de transporte desde las ciudades

de origen de los usuarios a los balnearios: el automóvil particular y los camiones rentados para excursión. A los balnearios llegan un promedio de 100 a 250 automóviles, y de 5 a 15 camiones de excursión.

En el área de Puebla, el 60% de los usuarios llega en automóvil, el 17% en camiones de excursión, y el 23% en camiones foráneos y otros medios.

Tamaño del grupo

El tamaño del grupo varía de acuerdo al medio de transporte utilizado. Los grupos que usan el automóvil fluctúan entre 2 y 6 personas, con una media de 4. Los que utilizan el camión de excursión varían en grupos de 5 a 20 personas, con una media de 13. De los grupos observados, únicamente el 25% llevaba niños menores de 12 años.

Medio de promoción

En la totalidad de los casos, los usuarios se enteraron de la existencia del balneario que se encontraban visitando, por medio de sus amigos o del ambiente social en que se desenvuelven. En muchos casos son, desde hace tiempo, asiduos visitantes de ese centro recreativo o de otros dentro del área; ésto se debe a que son muy aficionados a aprovechar sus días de descanso conociendo nuevos balnearios.

Frecuencia de visitas

La mayor parte de las personas visitan cada balneario con una frecuencia que varía de 2 a 8 semanas. Sin embargo, hay una proporción creciente de personas que visitan los balnearios por primera vez, lo cual vislumbra, para un futuro próximo, el crecimiento de la demanda para este tipo de instalaciones.

Otros balnearios visitados

Los usuarios son muy aficionados a visitar diferentes balnearios. La mayoría de los habitantes del área de Puebla generalmente han visitado: Agua Azul, los clubes Alfa, La Paz, Spa. Peñafiel en Tehuacán, Rancho Colorado en Tlaxcala, La Curva en Cholula y la Ex-Hacienda de Temixco en Cuernavaca. Los usuarios en el área de Cuernavaca han visitado: Real del Puente, Iguazú, Palo Bolero, Oaxtepec, Los Limones, San Ramón y Agua Azul.

Demanda potencial

Para determinar el tamaño del mercado potencial originado en el Distrito Federal, la Ciudad de Puebla y Tlaxcala, se utilizó la información obtenida en las encuestas llevadas a cabo en los balnearios representativos del área de influencia.

Desde un marco teórico, para analizar la demanda de un servicio, es necesario cuantificarla a través del tamaño de la población generadora de usuarios y del ingreso de la misma; considerando, además, características socio-económicas tales como: el número

de personas económicamente activas por familia, número de miembros y sus edades. La información de la encuesta indicó los parámetros de tipo demográfico y económico de los usuarios, mismos que se utilizaron en la interpretación de las estadísticas publicadas en los censos que describen la población y sus características, dentro de las zonas de influencia.

Estimación y proyección de la demanda potencial

De acuerdo con los resultados de la encuesta, la demanda potencial para los balnearios de Puebla, Tehuacán, Tlaxcala y Morelos, está constituida por los estratos de población que perciben ingresos mensuales menores de \$5,000.00, que provienen del Distrito Federal, Puebla y Tlaxcala.

A fin de conocer el número actual de población con ingresos mensuales entre \$1,000.00 y \$5,000.00, se llevó a cabo una proyección de acuerdo con las tendencias de crecimiento observadas por P.E.A. en el período de 1960-1970. De acuerdo con las proyecciones realizadas, se estimó, para 1978, la demanda potencial en

el área de influencia formada por el Distrito Federal, Puebla y Tlaxcala, en 2'109,370, 132,392, y 33,174 personas económicamente activas, respectivamente, como se muestra en la siguiente tabla, en donde se presenta la proyección de la P.E.A. del área de influencia, hasta 1984.

Cuadro No. 4

PROYECCION DE LA POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA

Entre \$ 500.00 y \$4,999.00

<u>AÑO</u>	<u>PUEBLA</u>	<u>DISTRITO FEDERAL</u>	<u>EDO. DE TLAXCALA</u>
1960	71,269	1'302,423	28,877
1970	100,540	1'704,470	28,582
1971	104,058	1'750,491	29,119
1972	107,700	1'797,754	29,667
1973	111,471	1'846,293	30,225
1974	115,372	1'896,143	30,793
1975	119,410	1'947,339	31,372
1976	123,589	1'999,917	31,961
1977	127,915	2'053,915	32,562
1978	132,392	2'109,370	33,174
1979	137,026	2'166,323	33,798
1980	141,822	2'224,814	34,434
1981	142,786	2'284,884	35,088
1982	151,924	2'346,576	35,755
1983	157,241	2'409,934	36,434
1984	162,744	2'475,002	37,126

Tasa de incremento anual (%)

1970-1985	3.5	2.7	1.9
-----------	-----	-----	-----

fuente de Información: VII y IX Censo General de Población 1960 y 1970

5.4. ANALISIS DE LA OFERTA COMPETITIVA

A continuación se describen algunos de los balnearios que fueron visitados para el estudio de mercado.

1. Balneario Agua Azul

Se encuentra localizado en la ciudad de Puebla, tiene como gran atractivo natural para los usuarios, el manantial de agua caliente y sulfurosa con la que alimenta sus albercas, atractivo que cuenta con la doble ventaja de interesar a un mayor número de visitantes y abatir costos de suministros de agua, calefacción y mantenimiento.

El balneario cuenta con las siguientes instalaciones: siete albercas (una de ellas de tamaño olímpico); un sencillo restaurante-bar, cuya elevada vista hacia las siete albercas resulta muy agradable; cincuenta vestidores individuales y vestidores generales para ambos sexos.

Este centro recreativo tiene 1,000 socios inscritos en el club, los cuales residen en su mayoría en la ciudad de Puebla. Los domingos asisten al centro de 1,600 a 1,800 personas, se estacionan - 100 coches y aproximadamente de 5 a 7 camiones.

Para los socios del club, la cuota familiar es de \$75.00 mensuales, y la individual de \$45.00 mensuales. Las tarifas de entrada para los no socios es de \$16.00 para adultos y \$11.00 para niños.

Los visitantes en domingo representan un ingreso de aproximadamente \$20,000.00, y entre semana -dado que la afluencia disminuye a unas 300 personas por día-, el ingreso es de solamente \$3,000.00.

La mayoría de los visitantes son gente joven, menores de 30 años. Sus principales ocupaciones son: estudiantes y trabajadores cuyos ingresos en general son bajos.

Los usuarios que asisten acompañados de sus familias opinan que el balneario ya está saturado y, por lo tanto, debería ampliarse.

Que los vestidores están sucios y en malas condiciones. Desean -
contar con casilleros con llave para guardar su ropa. Encuentran
el piso alrededor de las albercas resbaloso, y el fondo de las mis-
mas, lamoso. Opinan que al lugar le falta un gimnasio, un baño
de vapor, una amplia zona verde con cenadores, un frontón y más
juegos para niños.

2. Club Alfa No. 1

Se encuentra en el centro de la ciudad de Puebla. De los clubes
Alfa, a pesar de ser el más pequeño y contar con menos instala-
ciones, debido a su práctica ubicación, recibe a los habitantes de
mayor nivel de ingresos, tales como profesionistas y hombres
de negocios.

El club cuenta con una alberca, canchas de tenis y frontón, gim-
nasio, vestidores con regaderas y baños. El club no cuenta con
áreas verdes por lo reducido del terreno en el que se encuentra
ubicado.

La cuota por inscripción familiar es de \$250.00 e individual de \$150.00. La mensualidad familiar es de \$125.00 y la individual de \$75.00. El precio de inscripción y la cuota mensual que cobra el Club Alfa es un 50% mayor que en el de los otros clubes.

3. Club Alfa No. 2

Este balneario se encuentra en la ciudad de Puebla, a la salida de la carretera a Valsequillo. A diferencia de los balnearios convencionales, éste es de gran tamaño, bien diseñado, con numerosas instalaciones y equipos auxiliares. Se planeó para ser utilizado durante todos los días de la semana.

El club cuenta con todo tipo de instalaciones. Por ejemplo: una alberca olímpica con poza adicional para clavados de plataforma de 10 metros; canchas de frontón, tenis, fútbol, béisbol. Además cuenta con gimnasio, boliche, mesas de ping-pong, etc.

El balneario tiene instaladas dos grandes calderas industriales -

que consumen diesel o combustible, y cuatro tanques filtradores para la purificación del agua de la alberca.

La cuota familiar para socios es de \$75.00 mensuales, y la individual es de \$50.00 mensuales. La cuota para los no socios es de \$25.00 por persona.

Estimamos que el club tiene una asistencia aproximada de 10,000 personas los domingos, incluyendo a los no socios.

Los usuarios en general provienen de la ciudad de Puebla; les gusta el club por su ubicación cercana a sus domicilios y por sus numerosas y magníficas instalaciones. En general, consideran que este centro es el mejor y más completo de toda la ciudad.

4. Balneario Monte Carlo

Se localiza en Tehuacán, Puebla. Sus instalaciones consisten en una sola alberca dividida por una malla de alambre, en donde hay una parte profunda de 3 metros, con trampolín, y otra parte ba-

ja que sirve de chapoteadero. Cuenta, además, con columpios, resbaladillas, sube y bajas, sillas, mesas aparatos de gimnasia, como son: paralelas, argollas, barra fija, etc. Tiene 30 vestidores individuales y, en general, las instalaciones se encuentran en buenas condiciones.

La mayoría de sus visitantes provienen de las ciudades de México, Puebla, Veracruz y Oaxaca.

En domingo, el promedio de visitantes al centro es de 75 personas y, de lunes a sábado, 5 personas diarias. El costo de la entrada es de \$10.00 adultos y \$5.00 niños.

La edad promedio de los visitantes es entre 21 y 35 años, en su mayoría empleados.

Este balneario cuenta con instalaciones anexas, que consisten en un hotel del mismo nombre con 55 cuartos dobles y 30 sencillos. El precio por persona en cuarto doble es de \$130.00, y de \$160.00 el sencillo.

5. Balneario SPA Peñafiel

Se localiza en Tehuacán, Puebla. Cuenta con las siguientes instalaciones que se encuentran en buen estado: alberca olímpica con trampolín, un chapoteadero, billar, cancha de tenis, boliche, ping-pong, servicio de bar, y 46 vestidores individuales.

La afluencia de visitantes en días domingo, es de 75 personas, de las cuales 50 son socios. El precio de entrada es de \$50.00 para los adultos, y de \$25.00 para los niños. La cuota por socio es de \$250.00 mensuales, ya sea individual o familiar. La edad promedio de sus visitantes está entre los 20 y los 35 años, y son, en su mayoría, comerciantes y profesionistas.

Aquí se encuentra un hotel del mismo nombre, con 151 cuartos acondicionados a ser dobles, con teléfono, servicio de bar, salón para banquetes y salón de juegos. El precio por persona en cuarto doble, es de \$265.00 y, en sencillo, \$250.00.

La mayoría de sus huéspedes provienen de México y Puebla. La administración del hotel y del balneario es la misma.

6. Balneario El Riego

Se encuentra a 4 kilómetros de Tehuacán, dentro de los terrenos de la Ex-Hacienda El Riego. No cuenta con ningún atractivo principal.

Entre sus instalaciones se encuentra una alberca de 25 X 15 metros, con dos trampolines; áreas verdes; vestidores generales con capacidad para 8 hombres y 8 mujeres.

La mayoría de sus visitantes provienen del Distrito Federal, Puebla, Tlaxcala y Veracruz. Los domingos asisten cerca de 100 personas. De lunes a sábado, 50 personas.

El precio de entrada es de \$10.00 adultos, y \$5.00 niños. El ingreso promedio en días domingo es de \$850.00, y de lunes a sábado, de \$400.00.

El lugar es muy tranquilo, pues está alejado de zonas urbanas.

Además cuenta con un hotel del mismo nombre, con 6 cuartos dobles de 4 camas, y 46 sencillos. El precio por persona en cuar-

to doble es de \$90.00 y, en sencillo, de \$60.00.

Dispone, además, de un comedor; salón para banquetes; canchas de basquetbol, tenis y frontenis, mismas que pueden ser utilizadas por los bañistas.

7. Balneario Real del Puente

Este balneario se encuentra en el kilómetro 15 de la carretera federal a Acapulco, dentro del Estado de Morelos.

El centro está enclavado en una magnífica hacienda del Siglo XVI, la cual conserva gran parte de sus construcciones, proporcionando a las albercas un aspecto muy agradable, ya que están rodeadas por elevados arcos coloniales. El drenaje colonial, que tiene una antigüedad de 400 años, está aún en uso.

Este balneario cuenta con las siguientes instalaciones: cinco hermosas albercas, con sus respectivos chapoteaderos, una de ellas tiene una superficie de cerca de 1,000 m² y es de forma irregu-

lar; un comedor bastante amplio; dos bares, dos fuentes de sodas; una taquería; una pista de baile; vestidores generales; regaderas; casilleros, y servicio de alquiler de trajes de baño.

El centro recibe de 1,300 a 1,600 personas cada domingo.

Las tarifas de entrada son de \$15.00 para adultos, y de \$6.00 para niños.

8. Ex-Hacienda de Temixco

Este es uno de los balnearios más grandes del Estado de Morelos.

Ubicado a 10 minutos de Cuernavaca, sobre la carretera federal a Acapulco, Temixco es un balneario exitoso y plenamente desarrollado. Dispone de grandes extensiones de áreas verdes; siete albercas -una de tipo olímpico y una poza de clavados-; un restaurante-bar; pista de baile; conjuntos de vestidores con baño y servicio de regaderas.

Las tarifas de entrada al balneario son: para adultos, \$15.00 y, para niños, \$5.00 cualquier día de la semana; a diferencia de los balnearios del área de Puebla y - Tehuacán no tiene cuotas de club.

El centro recibe los domingos de 2,000 a 4,000 visitantes. Esta variación se debe a que hay una marcada estacionalidad de la demanda.

A los usuarios les gusta mucho el lugar, y consideran que cuenta con suficientes instalaciones.

5.5. ESTIMACION DE LA DEMANDA EFECTIVA PARA LA ZONA DE INFLUENCIA

Mediante un modelo matemático se obtuvo la demanda efectiva y su proyección hasta 1984, para los balnearios del área de influencia. (Ver Cuadro No. 4). Este modelo proporciona la afluencia estimada media para cualquiera de los balnearios en el área, a partir de las siguientes variables:

- a) La población económicamente activa del área de influencia que constituye la demanda potencial; la estimación y proyección de esta P.E.A. se presenta en el Cuadro 4.

Otras variables utilizadas en el modelo matemático que se expondrá a continuación, fueron las siguientes:

- a) Frecuencia de visita: En las encuestas realizadas, se observó que un 40% visita los balnearios cada ocho semanas. Para el 60% restante, la frecuencia de visitas es muy variable. Entre estos visitantes se encuentra el grupo de personas que acuden al balneario por primera vez. Por estas razones, se ha estimado una frecuencia media de cada 21 - semanas.
- b) Factor inhibitor de la afluencia de visitantes: Este factor es una media de las condiciones adversas que reúnen los balnearios para la captación de usuarios y que son, principalmente:
1. Promoción y publicidad insuficientes.

2. Falta de organización y promoción para las excursiones hacia balnearios.
3. La saturación que algunos de ellos sufren los fines de semana.
4. La competencia de tipo indirecto que sufren por parte de otras actividades dominicales, tales como días de campo, deportes, etc.

Dentro del área de afluencia del mercado, se consideraron 22 balnearios.

Con tales consideraciones, se construyó el siguiente modelo matemático:

$$A_{ij} = \frac{P_{ie} \cdot N_{ie}/m \cdot C_i \cdot h}{F \cdot N}$$

Donde:

A_{ij} = Afluencia estimada de usuarios provenientes del

área i, que visitan el balneario j.

P_{ie} = Población económicamente activa que reside en el área i, con un nivel de ingreso e. El nivel de ingreso se encuentra en el rango siguiente:

Menos de \$1,000.00 y hasta \$5,000.00

N_{ie} = Número de miembros por familia de población i, con ingresos e. (4.6 miembros por familia).

m = Número de personas económicamente activas por familia. (2 personas).

C_i = Es un factor que considera que aproximadamente el 75.5% de la población tiene un nivel de ingreso adecuado para ser considerados como usuarios potenciales.

h = Es un factor inhibidor de la afluencia de visitantes. (0.2306).

F = Frecuencia promedio de visitas de los usuarios a un balneario j. Una vez cada 21 semanas.

N = Número de balnearios en el área de influencia.
(22 balnearios).

Sustituyendo los valores de las variables para el área del Distrito Federal, en 1977, se tiene:

$$A_{ij} = \frac{2'053,915 (4.6/2)(0.755)(0.2306)}{(21) (22)} = 1,780$$

Para el área del Municipio de Puebla:

$$A_{ij} = \frac{127,915 (4.6/2)(0.755)(0.2306)}{(21) (22)} = 111$$

Para el área del Estado de Tlaxcala:

$$A_{ij} = \frac{32,562 (4.6/2)(0.755)(0.2306)}{(21) (22)} = 28$$

La afluencia de un balneario, proveniente de todas las áreas que

generan visitantes en una semana cualquiera, es:

$$A_{ij} = 1,780 + 111 + 28 = 1,919$$

En síntesis, aplicando el modelo desde 1977 hasta 1984, se tiene la siguiente demanda efectiva para el balneario propuesto en el Ejido San Lorenzo Teotepilco. (Ver Cuadro No. 5)

Cuadro No. 5

<u>AÑO</u>	<u>DEMANDA EFECTIVA *</u>
1977	1,919
1978	1,972
1979	2,026
1980	2,081
1981	2,138
1982	2,197
1983	2,257
1984	2,318

(*) AFLUENCIA DOMINICAL PROMEDIO

De acuerdo con estos indicadores de la demanda efectiva, se re-

comienda la instalación de un balneario con capacidad para 2,000 personas.

6. DESCRIPCION DEL PROYECTO ARQUITECTONICO

6.1. ASPECTOS GENERALES

Elementos del proyecto arquitectónico

El programa arquitectónico se determinó conjugando las necesidades para el Centro Turístico, con los recursos factibles, considerando un futuro desarrollo que se hará de acuerdo a las necesidades demandadas en el propio momento.

Considerando la recomendación de instalar un balneario con capacidad para 2,000 personas, se plantea un paquete que conste de los siguientes elementos:

1. Acceso y estacionamiento.

2. Bardeado del terreno.

3. Oficina administrativa.

4. Zona recreativa. Esta zona de diversión y esparcimiento, -
consta de los siguientes conceptos:

- a) Zona de albercas
- b) Restaurante-Bar
- c) Cenadores
- d) Area de juegos infantiles
- e) Vestidores generales
- f) Areas verdes
- g) Canchas deportivas: futbolito, basquetbol, volibol.

El proyecto tiene la característica de ser una instalación en don-
de los materiales, la disposición, la sencillez y la libertad en -
los espacios den al visitante el descanso que busca y ofrece los -
servicios que indicó el estudio de mercado.

6.2. ASPECTOS URBANISTICOS

El aprovechamiento del terreno para el centro turístico lo de-
terminó la factibilidad de introducción de los servicios, como son:

agua potable, drenaje, tratamiento de pavimentos en los accesos, electricidad, teléfono, etc.

6.3. TOPOGRAFIA Y CARACTERISTICAS DEL TERRENO

El terreno cuenta con una superficie de 2 hectáreas. Su topografía es prácticamente plana, y su perímetro está enmarcado por árboles frondosos, lo que le dá al lugar un gran atractivo. Existe un brote de agua mineral, permitiendo su aprovechamiento en el proyecto general; en las partes centrales del terreno existe pasto natural que, complementado con elementos de jardinería, serán el acabado del proyecto.

6.4. ZONIFICACION

Se tomó como centro de interés a la población. La instalación del centro que se plantea está subordinada a las necesidades propias del poblado. Partiendo de este principio, se determinó, finalmente, que la localización no es incompatible con el desarro-

llo del mismo.

6.5. ASPECTOS CONSTRUCTIVOS-ECONOMICOS

Se proponen materiales, sistemas y procedimientos constructivos que, por la facilidad de proveerlos, la rapidez de ejecución en la obra y el fácil control de especificaciones, redunde en la economía del proyecto.

El costo de mantenimiento fue factor importante en la decisión de materiales e instalaciones; el considerar este aspecto a nivel - proyecto, permite abatir de antemano el costo de operación del Centro Turístico.

Para decidir el rango de costo por metro cuadrado, se hicieron las siguientes consideraciones: El plaso de recuperación de la inversión de la obra (amortización), sería de 15 años, la frecuencia de uso óptimo de las instalaciones sería los fines de semana y días festivos, que es un 30% de la capacidad de días utilizables al año, lo que exige, en el tratamiento del proyecto, la consideración

de algunos elementos del mismo (juegos infantiles, canchas deportivas y restaurante). En el 70% restante de días utilizables, se podrían canalizar en dos posibilidades para el período de lunes a viernes:

A) Función esencialmente social a la población y área de influencia.

B) Captar al visitante potencial en forma aislada o bien en grupos organizados con una promoción adecuada y debidamente programados.

La justificación económica del proyecto arquitectónico, respecto al uso de materiales, procedimientos y sistemas constructivos, viene dada por el presupuesto (anexo) que considera las siguientes condiciones:

a) Obra de mano especializada.- Se propone en las instalaciones y equipo de: electricidad, obra negra y sanitaria. El 30% del personal sería llevado de la ciudad de Puebla.

b) Obra de mano no especializada.- Será del lugar, y corresponde al 70% de la obra negra; lo que significa que habrá una derrama por este concepto, lo cual traerá consigo la elevación del nivel de vida de la población.

6.6. ASPECTOS FUNCIONALES

El acceso se propuso en un punto que, al utilizar los elementos del proyecto, los recorridos fueran compensados, considerando el conjunto.

Las partes principales y de servicio están dispuestas aprovechando condiciones de ambientación del lugar (la zona arbolada, pasto en la zona central) lográndose así una integración.

Se define la zona de máximo interés la que corresponde a las albercas, en donde concurren física y visualmente las relaciones con el resto de los elementos.

Se dejó una zona de juegos infantiles, de tal forma localizada, que

estuviera separada de las albercas, física, pero no visualmente; además, con el control visual desde el restaurante, se logra una tranquilidad y comodidad para los padres y disfrute simultáneo - de los niños.

El recorrido dentro de las instalaciones está concebido en función de que los visitantes no tengan incomodidades por trayectos innecesarios. Responde a esta misma condición el recorrido de los servicios y flujos.

3.7. ASPECTOS ESTETICOS

El lugar reúne condiciones paisajísticas agradables con un ambiente saludable, por estas razones el requerimiento más importante era integrar estas condiciones con los servicios de asistencia al visitante, para el goce íntegro de este lugar; lo que se logró debido al tratamiento de volúmenes, textura y color de los edificios.

7. EVALUACION FINANCIERA Y ECONOMICA

7.1. ANTECEDENTES

Después de haberse elaborado el estudio de factibilidad y de mercado para el establecimiento del centro turístico en el Ejido de San Lorenzo Teotepilco, se elaboró el proyecto arquitectónico, cuyos elementos se describen en el capítulo anterior. En base a las especificaciones de este proyecto, el presupuesto de inversiones para la construcción e instalaciones del centro se estimó en \$3'352,301.00.

7.2. ANALISIS DE INVERSION

La inversión a realizar en el balneario de San Lorenzo Teotepilco se divide en tres etapas:

1. Obra civil
2. Equipamiento
3. Capital de trabajo

Obra civil

De acuerdo con el programa arquitectónico y los precios unitarios de construcción, el presupuesto de inversión en obra civil asciende a \$2'830,659.00.

El desglose de éste presupuesto se presenta en el cuadro No. 6.

Cuadro No. 6

CENTRO TURISTICO EJIDAL SAN LORENZO TEOTEPILCO

PRESUPUESTO DE INVERSIONES EN OBRA CIVIL

<u>CONCEPTO</u>	<u>IMPORTE</u>
I. BAÑOS Y VESTIDORES	\$ 526,625.00
II. ALBERCAS	618,210.00
III. CHAPOTEADERO	74,412.00
IV. CASETA ADMINISTRATIVA Y DE ACCESO	102,000.00
V. INSTALACIONES ESPECIALES	200,000.00
VI. INSTALACION HIDRAULICA Y SANITARIA	300,000.00

VII.	TANQUE ELEVADO	72,000.00
VIII.	INSTALACION ELECTRICA	100,000.00
IX.	ANDADORES	36,000.00
X.	AREAS VERDES	50,000.00
XI.	JUEGOS INFANTILES	35,000.00
XII.	CERCA PERIMETRAL	100,000.00
XIII.	CANCHAS DEPORTIVAS	75,000.00
XIV.	ESTACIONAMIENTO	70,000.00
XV.	CUARTO DE MAQUINAS	200,412.00
XVI.	CENADORES	71,000.00
XVII.	RESTAURANTE-BAR	200,000.00

TOTAL \$ 2'830,659.00

Equipamiento

Dentro de este rubro se incluye el amueblado de los vestidores, del local para la venta de alimentos, etc. La inversión por estos conceptos se estimó en \$400,280.00, de acuerdo con la siguiente distribución:

Cuadro No. 7

PRESUPUESTO DE INVERSIONES PARA EQUIPAMIENTO

<u>CONCEPTO</u>	<u>IMPORTE</u>
I. JUEGOS INFANTILES	\$ 45,000.00
II. MESAS DEL RESTAURANTE	25,000.00
III. COCINA	51,360.00
IV. CASILLEROS	204,000.00
V. BANCAS	19,920.00
VI. AMUEBLADO DE ADMINISTRACION	18,000.00
VII. OTROS	37,000.00
	<hr/>
TOTAL	\$ 400,280.00
	<hr/> <hr/>

Capital de trabajo

El capital de trabajo para inicio de operaciones del balneario se ha estimado en \$121,362.00, considerando los gastos normales

del centro, durante los dos primeros meses de operación.

Cuadro No. 8

PRESUPUESTO PARA CAPITAL DE TRABAJO

<u>CONCEPTO</u>	<u>IMPORTE</u>
I. SUELDOS Y SALARIOS	\$ 48,724.00
II. MANTENIMIENTO	12,516.00
III. LUZ Y FUERZA	8,516.00
IV. PUBLICIDAD Y PROMOCION	6,300.00
V. COMPRA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	35,850.00
VI. BOLETERIA Y ARTICULOS DE OFICINA	1,750.00
VII. MATERIALES DE LIMPIEZA	4,206.00
VIII. IMPREVISTOS	3,500.00
T O T A L	\$ 121,362.00

En resumen, el presupuesto de inversiones para el centro turístico

co de San Lorenzo Teotepilco, asciende a \$3'352,301.00, como se refleja a continuación:

Cuadro No. 9

<u>CONCEPTO</u>	<u>IMPORTE</u>
OBRA CIVIL	\$ 2'830,659.00
EQUIPAMIENTO	400,280.00
CAPITAL DE TRABAJO	121,362.00
	<hr/>
TOTAL	<u><u>\$ 3'352,301.00</u></u>

7.3. FINANCIAMIENTO

El planteamiento financiero consiste en que la totalidad de la inversión que demanda el proyecto se cubrirá con recursos crediticios provenientes de instituciones de crédito.

De acuerdo con el presupuesto de inversiones, se consideraron

los siguientes tipos de créditos, así como las -
condiciones de pago que operan en la actualidad.
(Ver Cuadro No. 10).

Cuadro No. 10

CONDICIONES DE PAGO DEL FINANCIAMIENTO

TIPO DE CREDITO	MONTO DEL CREDITO	PLAZO	INTERES ANUAL SOBRE SALDOS INSOLUTOS	DESTINO DEL CREDITO	%	AÑOS DE GRACIA
INMOBILIARIO	2'830,659.00	10	- 20.0 %	Obra Civil	84.0	3
REFACCIONARIO	400,280.00	15	- 19.5 %	Equipamiento	12.0	3
AVIO	121,364.00	2	- 19.5 %	Capital de tra bajo	4.0	1

7.4. CALENDARIO DE INVERSIONES Y SU APLICACION

El período previsto para la construcción del centro es de 5 meses.

En el Cuadro No. 11 se presenta el correspondiente calendario de inversiones de obra civil, así como los rubros que lo integran.

7.5. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

7.5.1. Ingresos

Los ingresos que generará el Centro Turístico se componen de las entradas, la venta de alimentos y bebidas, servicio de estacionamiento y alquiler de casilleros.

Ingresos por entrada

La afluencia de usuarios se estimó en 800 personas por semana durante el primer año, (se han considerado como período de ope-

CENTRO TURISTICO MUNICIPAL SAN LORENZO TEOTEPILCO
ESTADO DE PUEBLA

CALENDARIO DE INVERSIONES EN OBRA CIVIL

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	IMPORTE
1. Baños y Vestidores	106,136	130,669	122,056	141,285	26,479	526,625
2. Alberca	89,439	139,287	124,356	163,110	102,019	618,210
3. Chapoteadero	13,498	17,623	16,973	18,872	8,046	74,412
4. Caseta Administrativa y de Acceso	18,000	31,802	28,330	14,047	10,021	102,000
5. Instalaciones Especiales	116,000	21,000	21,000	21,000	21,000	200,000
6. Instalación Hidráulica y Sanitaria	89,750	77,345	92,400	40,505		300,000
7. Tanque Elevado	21,500	17,000	20,385	13,115		72,000
8. Instalación Eléctrica	22,150	25,950	52,500			100,000
9. Andadores			21,000	9,000	6,000	36,000
10. Areas Verdes			24,870	16,350	8,780	50,000
11. Juegos Infantiles	18,321		11,679	5,000		35,000
12. Cerca Perimetral	52,500	28,980	21,140			100,000
13. Canchas Deportivas	26,302	14,199	11,737	13,762	9,000	75,000
14. Estacionamiento		47,200	14,300	8,500		70,000
15. Cuarto de Máquinas	38,579	49,474	43,916	39,032	29,411	200,412
16. Cenadores		17,488	29,000	24,532		71,000
17. Restaurante-Bar	77,137	86,492	21,480	14,891		200,000
TOTALES	689,312	701,069	676,521	543,001	220,756	2'830,659

ración normal 56 semanas, ya que se incluyen los días festivos - del año). Para los años posteriores se incrementó en 200 personas cada fin de semana hasta llegar, en el séptimo año, a 2,000 personas (las cuales representan la capacidad máxima del centro). Este incremento está sustentado en la fórmula aplicada para determinar la demanda efectiva.

Las tarifas de entrada al centro serán de \$15.00 para adultos, y de \$10.00 para niños menores de 12 años. En base a los resultados de la encuesta, se considera que el 20% de los usuarios serán menores de 12 años, por lo que la tarifa media de entrada utilizada, fue de \$14.00 por persona.

Desde el segundo año los ingresos por entradas se incrementan por aumento de afluencia y la elevación de la tarifa media de entrada a una tasa promedio del 10% anual.

Ingresos por la venta de alimentos y bebidas

A fin de estimar el probable consumo de alimentos y bebidas, se

consideraron los resultados de las encuestas realizadas. En base a éstos, se determinó el consumo, en un promedio de \$15.00 por visitante, con un incremento anual del 10%.

Ingresos por estacionamiento

A fin de estimar el número de automóviles que utilizarán el estacionamiento del centro turístico, se analizaron los resultados de la encuesta respecto al medio de transporte que utilizan los usuarios. Según éstas, el 60% de los visitantes llegan en automóvil, siendo el promedio de personas por automóvil, de cuatro.

De esta manera, considerando que el 60% de los visitantes a San Lorenzo Teotepilco llegará en automóvil, con un promedio de cuatro personas, se determinó el número de automóviles que utilizarán el estacionamiento del balneario.

La tarifa de estacionamiento que se considera es de \$3.00 por automóvil, que es la tarifa que se cobra en los balnearios del área de influencia. Asimismo, se considera un incremento del

10% anual en dicha tarifa.

Ingresos por la renta de casilleros

En base a encuestas realizadas, se consideró que aproximadamente el 30% de los usuarios del balneario utilizarán los casilleros, la tarifa que se estimó es de \$3.00, con incrementos anuales del 10%.

7.5.2. Egresos

Por lo que se refiere a los egresos de operación, éstos pueden dividirse en:

- a) Costo de Alimentos y Bebidas
- b) Sueldos y Salarios
- c) Mantenimiento
- d) Luz y Fuerza
- e) Publicidad y Promoción

f) Materiales

g) Depreciaciones

Costo de Alimentos y Bebidas

A fin de determinar el gasto de los insumos que requiere el restaurante, se realizó un análisis del costo de los diferentes productos que se venderán. De esta manera se determinó que el porcentaje promedio de costo es del 25% sobre el precio de venta.

Sueldos y Salarios

De acuerdo con la estructura administrativa del balneario, la nómina del personal comprende un total de 8 empleados de planta, cuyos puestos y sueldos aparecen en el Cuadro No. 12.

Cuadro No. 12

<u>NUMERO DE EMPLEADOS</u>	<u>PUESTO</u>	<u>SUELDO MENSUAL</u>
1	ADMINISTRADOR	\$ 6,400.00
1	VIGILANTE	2,566.00
1	TAQUILLERA	2,566.00
1	ENCARGADO DE VESTIDORES	2,566.00
1	JARDINERO	2,566.00
1	LIMPIEZA	2,566.00
1	ALBERCAS	2,566.00
1	LABORES GENERALES	2,566.00
		<hr/>
		\$ 24,362.00

Los sueldos se estimaron en base a los salarios mínimos de la región; asimismo, el sueldo del administrador se estimó considerando tabuladores vigentes para puestos similares.

De acuerdo a lo anterior, la nómina del centro se determinó en \$292,344.00 para el primer año; tomando en cuenta un 20%, o sea, \$58,469 para el pago de prestaciones, Seguro Social e INFO NAVIT, la nómina asciende a \$350,813.00. Asimismo, se ha considerado un incremento anual del 17% en los sueldos.

Mantenimiento

El mantenimiento de este centro se estimó en \$75,096.00 para el primer año, con incrementos anuales del 10%.

Luz y Fuerza

Se ha estimado en \$51,096.00 para el primer año, y representa el 3.76% del total de ingresos, conservando esta relación para los años posteriores.

Publicidad y Promoción

La promoción de este centro recreativo es a través de carteles,

folletos, etc., y se estimó en \$37,800.00 para el primer año, cifra que representa el 2.78% sobre los ingresos totales, conservando esta relación para los años posteriores.

Materiales de Limpieza

Los materiales de limpieza se estimaron en \$25,236.00 durante el primer año, y representan un 1.85% del total de los ingresos,

conservando esta relación para los años posteriores.

Depreciaciones

De acuerdo con las disposiciones legales en vigor, el cargo anual por depreciaciones se calculó considerando un 3% para la construcción y el 10% para los equipos.

7.6. ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS

De acuerdo con las bases señaladas con anterioridad, se llevó a

cabó la proyección de los ingresos y egresos del centro turístico, y se elaboró el Estado Proforma de Resultados. (Ver Cuadro No. 13).

7.7. DESARROLLO FINANCIERO DEL FLUJO EFECTIVO

Su objetivo es el de determinar el monto máximo de la inversión para desarrollar el centro, y el tiempo en el que esta inversión se recuperará.

Los resultados del desarrollo financiero de este estudio, muestran que la inversión máxima de \$3'352,301.00 se recuperaría en el quinto año de operación y, a partir de ese momento, se acumulan sobranes financieros por \$48.5 millones hasta el año 15. (Ver Cuadro No. 14).

En el Cuadro No. 16 se representa el período de recuperación de la inversión. En el eje vertical se representa el porcentaje de recuperación de la inversión y, en el horizontal, se representan los años.

El punto de intersección de la curva con la recta ($y = 100\%$), in
dica el año en que se recuperará la inversión.

7.8. CUADRO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS

A fin de determinar el grado de autosuficiencia del proyecto, se elaboró el Cuadro de Fuentes y Usos de Fondos (Ver Cuadro No. 15). Del análisis de los resultados se desprende que el proyecto del Centro Turístico de San Lorenzo Teotepilco es autofinanciable, ya que los ingresos a obtener, por su explotación, permitirán dis
poner del efectivo suficiente para cubrir los gastos de operación y las obligaciones principales de amortizaciones de capital e inte
reses del crédito.

CENTRO TURISTICO SAN LORENZO TEOTEFILCO

ESTADO PRO-FORMA DE RESULTADOS
(MILES DE PESOS)

CONCEPTOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
VISITANTES AL CENTRO	44,800	56,000	67,200	78,400	89,600	100,800	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000
TARIFA MEDIA DE ENTRADA	14.00	15.40	16.94	16.63	20.49	22.53	24.73	27.25	29.97	32.96	36.25	39.87	43.85	48.23	53.05
CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	15.00	16.50	16.15	19.96	21.95	24.14	26.55	29.20	32.12	35.33	38.38	42.74	47.01	51.71	56.88
TARIFA DEL ESTACIONAMIENTO	3.00	3.30	3.63	3.99	4.38	4.81	5.29	5.81	6.39	7.02	7.72	8.49	9.33	10.26	11.28
TARIFA DE ALQUILER DE CASILLEROS	3.00	3.30	3.63	3.99	4.38	4.81	5.23	5.81	6.39	7.02	7.72	8.49	9.33	10.26	11.28
I. INGRESOS															
1. Por entradas	827	862	1,138	1,481	1,836	2,271	2,775	3,052	3,357	3,662	4,060	4,485	4,911	5,402	5,842
2. Por consumo de alimentos y bebidas	672	724	1,220	1,565	1,967	2,433	2,974	3,270	3,597	3,957	4,352	4,787	5,265	5,792	6,371
3. Por estacionamiento	20	28	37	47	56	73	89	98	107	118	130	143	157	172	190
4. Por alquiler de casilleros	40	55	73	94	118	145	178	195	215	236	259	285	313	345	379
SUMAN INGRESOS	1,359	1,869	2,468	3,167	3,980	4,922	6,016	6,615	7,278	8,003	8,801	9,680	10,646	11,711	12,882
II. GASTOS DE OPERACION Y MANTENIMIENTO															
1. Costo de Alimentos y Bebidas	168	231	305	391	492	608	744	818	899	989	1,088	1,197	1,316	1,448	1,593
2. Sueldos y Salarios	351	411	481	563	659	771	902	1,055	1,234	1,444	1,689	1,978	2,312	2,705	3,165
3. Mantenimiento	75	83	91	100	110	121	133	146	161	177	195	215	237	261	287
4. Luz y Fuerza	51	70	93	119	150	185	226	249	274	301	331	364	400	440	484
5. Publicidad y Promoción	38	52	69	88	111	137	167	184	202	222	245	269	296	326	358
6. Materiales de Limpieza	25	35	46	59	74	91	111	122	135	148	163	179	197	217	238
7. Gastos Financieros															
7.1. Crédito Inmobiliario	566	566	566	566	522	469	406	330	239	130					
7.2. Crédito Refaccionario	78	78	78	78	76	74	71	67	63	58	52	45	37	27	14
7.3. Crédito de Avío	48														
SUMAN EGRESOS	1,352	1,574	1,729	1,964	2,194	2,456	2,767	2,971	3,207	3,469	3,763	4,245	4,795	5,424	6,139
III. UTILIDAD EN OPERACION	7	295	739	1,203	1,786	2,466	3,256	3,644	4,069	4,534	5,038	5,435	5,851	6,287	6,743
IV. DEPRECIACIONES	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
V. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	(118)	170	614	1,078	1,661	2,341	3,131	3,519	3,944	4,409	4,913	5,310	5,726	6,162	6,618

Cuadro No. 14

CENTRO TURISTICO SAN LORENZO TEOTEPILCOFLUJO DE CAJA
(MILES DE PESOS)

conceptos	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
UTILIDAD DE OPERACION		7	295	739	1,203	1,769	2,466	3,256	3,644	4,069	4,534	5,038	5,435	5,851	6,287	6,743
<u>INVERSIONES</u>																
OBRA CIVIL	2,531															
EQUIPAMIENTO	400															
CAPITAL DE TRABAJO	121															
	3,352															
<u>SOBRANTES</u>																
PARCIAL	(3,352)	7	295	739	1,203	1,769	2,466	3,256	3,644	4,069	4,534	5,038	5,425	5,851	6,287	6,743
ACUMULADO	(3,352)	(3,345)	(3,050)	(2,311)	(1,108)	679	3,144	6,400	10,044	14,113	18,647	23,685	29,120	34,971	41,258	48,001

Cuadro No. 15

CUADROS DE FUENTES Y USOS DE FONDOS

(MILES DE PESOS)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
I. FUENTES																
1. Créditos	3,352															
2. Ingresos y Ventas		1,359	1,869	2,468	3,167	3,980	4,922	6,016	6,615	7,276	8,003	8,801	9,680	10,646	11,711	12,882
II. USOS																
1. Inversiones Fijas	3,352															
2. Gastos de Op. y Mantenimiento		1,352	1,574	1,729	1,964	2,194	2,456	2,760	2,971	3,207	3,469	3,763	4,245	4,785	5,424	6,139
3. Gastos financieros																
III. FLUJO DE CAJA		7	295	739	1,203	1,786	2,468	3,256	3,644	4,069	4,534	5,038	5,435	5,851	6,287	6,743
IV. DISTRIBUCION DE LA CAJA																
1. Amortización de créditos																
1.1. Crédito Inmobiliario					219	263	316	379	454	545	654					
1.2. Crédito Refaccionario					10	12	15	18	21	25	30	36	43	52	62	74
1.3. Crédito de Avío			121													
TOTAL DE AMORTIZACIONES			121		229	275	331	397	475	570	684	36	43	52	62	74
SALDO EN CAJA			174	739	974	1,511	2,135	2,859	3,169	3,499	3,850	5,002	5,392	5,799	6,225	6,669

7.9. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

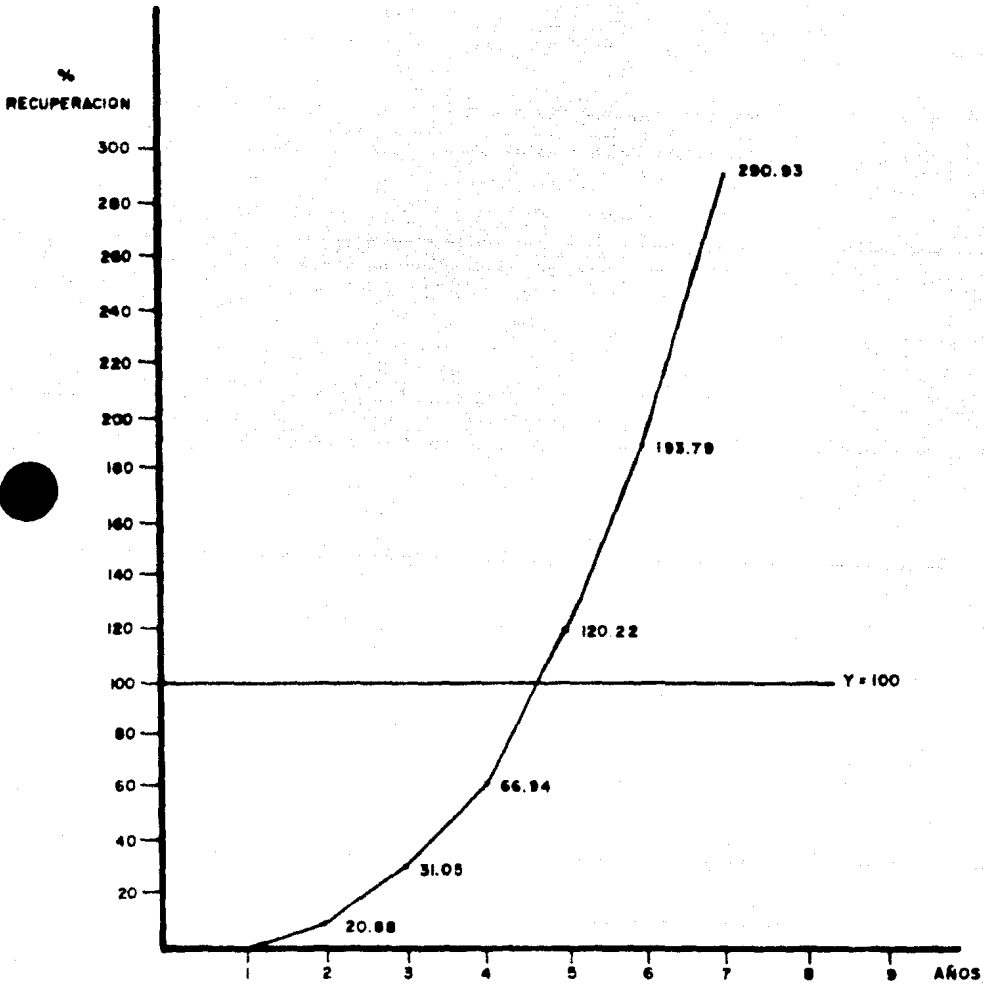
Cuadro No. 16

<u>AÑOS</u>	<u>FLUJO DE CAJA ACUMULADO</u>	<u>% DE RECUPERACION DE LA INVERSION</u>
1	7	0.2088
2	302	9.00
3	1,041	31.05
4	2,244	66.94
5	4,030	120.22
6	6,496	193.79
7	9,752	290.93

(Ver Gráfica No. 1)

**RECUPERACION DE
LA INVERSION**

GRAFICA No 1



7.10 PUNTO DE EQUILIBRIO

Con el objeto de establecer el nivel de ingresos que la empresa requiere para no incurrir en pérdidas, ni obtener utilidades, se calculó el punto de equilibrio, en base a la fórmula:

$$P.E. = \frac{\text{Gastos Fijos}}{1 - \text{Gastos Variables/Ingresos}}$$

para lo cual se tomaron el 2º y 7º años, obteniéndose los siguientes resultados

<u>AÑO 2 \$ (000)</u>		<u>AÑO 7 \$ (000)</u>	
Gastos Fijos	1,228.00	Gastos Fijos	1,504.00
Gastos Variables	471.00	Gastos Variables	1,381.00
Ingresos	1,869.00	Ingresos	6,016.00
Punto de Equilibrio	1,641.71	Punto de Equilibrio	1,951.97
Equivalente al 87.84% de los ingresos		Equivalente al 32.45% de los ingresos	

GASTOS E INGRESOS EN EL SEGUNDO AÑO

DE OPERACION

(MILES DE PESOS)

1.	INGRESOS	1,869.00
2.	GASTOS	
2.1.	FIJOS	
2.1.1.	Sueldos y Salarios	411.00
2.1.2.	Gastos Financieros	692.00
2.1.3.	Depreciaciones	125.00
		<u>1,228.00</u>
2.2.	VARIABLES	
2.2.1.	Alimentos y Bebidas	231.00
2.2.2.	Mantenimiento	83.00
2.2.3.	Luz y Fuerza	70.00
2.2.4.	Promoción	52.00
2.2.5.	Materiales	35.00
		<u>471.00</u>

GASTOS E INGRESOS PARA EL SEPTIMO AÑO

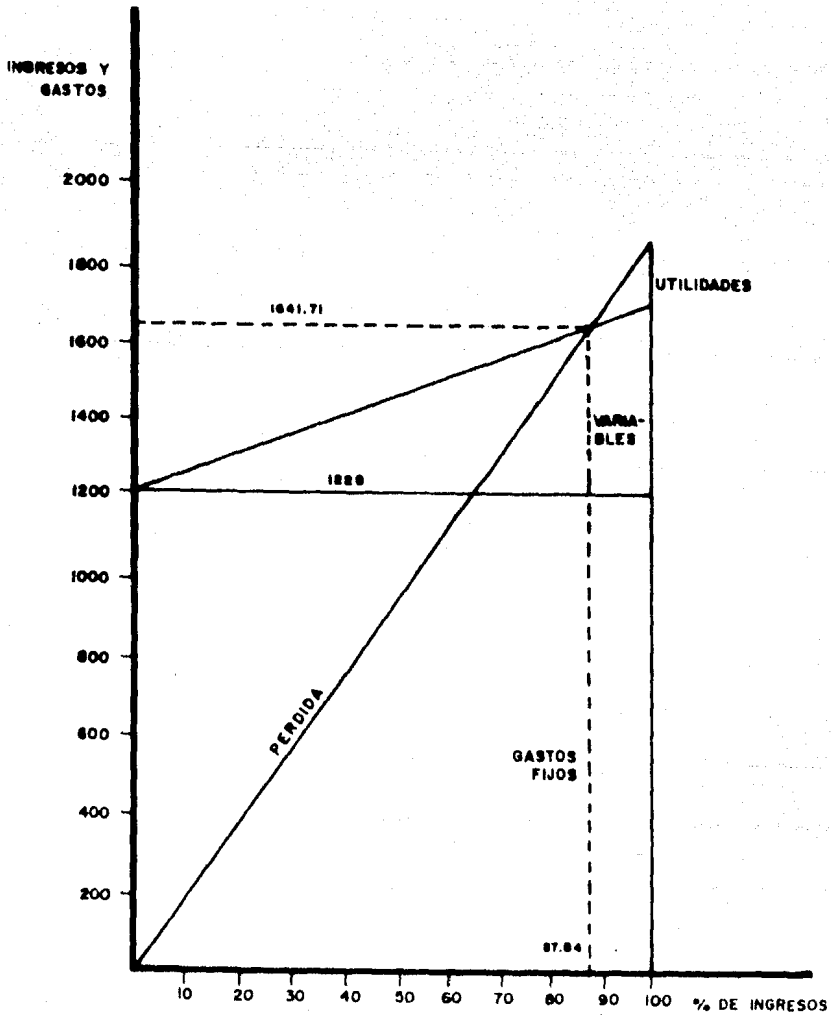
DE OPERACION

(MILES DE PESOS)

1.	INGRESOS	6,016.00
2.	GASTOS	
	2.1. FIJOS	
	2.1.1. Sueldos y Salarios	902.00
	2.1.2. Gastos Financieros	477.00
	2.1.3. Depreciaciones	125.00
		<u>1,504.00</u>
	2.2. VARIABLES	
	2.2.1. Alimentos y Bebidas	744.00
	2.2.2. Mantenimiento	133.00
	2.2.3. Luz y Fuerza	226.00
	2.2.4. Promoción	167.00
	2.2.5. Materiales	111.00
		<u>1,381.00</u>

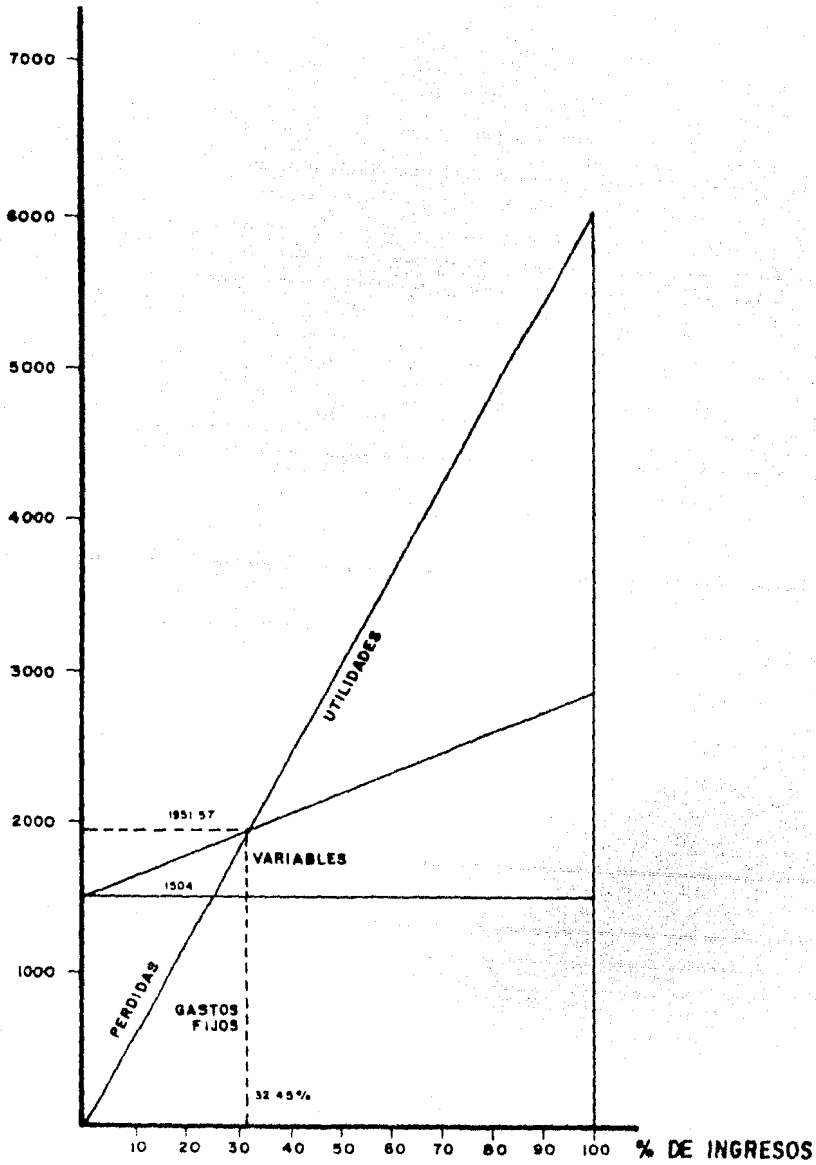
**PUNTO DE EQUILIBRIO AL 2.º AÑO
DE OPERACIONES**

GRAFICA No. 2



**PUNTO DE EQUILIBRIO AL 7. AÑO
DE OPERACIONES**

GRAFICA No. 3



Cuadro No. 17

TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO REFACCIONARIO
POR \$ 400,280.00

PLAZO: 15 AÑOS

TASA DE INTERESES: 19.5% SOBRE SALDOS INSOLUTOS

<u>AÑO</u>	<u>CAPITAL</u>	<u>INTERESES</u>	<u>ANUALIDAD</u>
1	-	78,055	78,055
2	-	78,055	78,055
3	-	78,055	78,055
4	10,434.00	78,055	88,489
5	12,469.00	76,020	88,489
6	14,901.00	73,588	88,489
7	17,806.00	70,683	88,489
8	21,279.00	67,210	88,489
9	25,428.00	63,061	88,489
10	30,387.00	58,103	88,489
11	36,312.00	52,177	88,489
12	43,393.00	45,096	88,489
13	51,855.00	36,635	88,489
14	61,966.00	26,523	88,489
15	<u>74,050.00</u>	<u>14,440</u>	<u>88,489</u>
TOTAL	400,280.00	895,756	1'296,036

Cuadro No. 18

TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO INMOBILIARIO
POR: 2'830,659.00

PLAZO: 10 AÑOS

TASA DE INTERES: 20% ANUAL SOBRE SALDOS INSOLUTOS

<u>AÑOS</u>	<u>CAPITAL</u>	<u>INTERESES</u>	<u>ANUALIDAD</u>
1	-	566,132	566,132
2	-	566,132	566,132
3	-	566,132	566,132
4	219,160	566,132	785,292
5	262,992	522,299	785,292
6	315,591	469,701	785,292
7	378,709	406,582	785,292
8	454,451	330,840	785,292
9	545,342	239,950	785,292
10	654,410	130,882	785,292
TOTAL	2'830,659	4'364,781	7'195,440

7.11 EVALUACION ECONOMICA

La evaluación económica del proyecto se realizó por medio de los siguientes indicadores: Tasa Interna de Retorno y la Relación de Beneficio-Costo.

Tasa Interna de Retorno

Este indicador se representa por aquella tasa que, aplicada a la actualización de la inversión y del flujo de ingresos netos, iguala los valores actualizados.

Esta tasa se puede obtener desde el punto de vista financiero y económico. En el aspecto económico, el objetivo es el de determinar el rendimiento global de todos los recursos que se destinan al proyecto, con independencia de las entidades que los aportan. Desde el punto de vista financiero, la Tasa Interna de Retorno muestra el rendimiento del capital propio, considerando como costo del proyecto, además de los gastos de operación, los intereses que deberán pagarse por los créditos que se con-

traten.

Debido a que se involucra a los intereses, se considera más representativa, para la evaluación de este proyecto, a la tasa de retorno financiero. El valor de este indicador para el caso específico del proyecto de San Lorenzo Teotepilco, es de 36.57%. (Ver Cuadro No. 19).

Relación Beneficio-Costo

La Relación Beneficio-Costo, es el otro indicador que se utiliza para determinar la factibilidad económica del proyecto. Dicho indicador se obtiene al dividir el valor presente del flujo de beneficios y el valor presente del flujo de gastos.

A fin de obtener la relación beneficio-costo del proyecto, se descontaron los flujos de ingresos y gastos a la tasa de interés del 10%, que fue la que se consideró en función del costo de capital y la tasa de interés que generan inversiones alternativas. De esta manera, se obtuvo una relación beneficio-costo de 1.82.

En base al criterio de evaluación que utiliza la relación beneficio-costo, el proyecto del centro turístico es viable económicamente, ya que dicha relación es superior a la unidad. (Ver Cuadro No. 20).

Cuadro No. 19

TASA INTERNA DE RETORNO

(MILES DE PESOS)

AÑOS	FLUJO	FLUJO DESCONTADO	
		30%	40%
0	(3,352)	(3,352)	(3,352)
1	7	5	5
2	295	174	151
3	739	336	269
4	1,203	421	313
5	1,786	481	332
6	2,466	511	327
7	3,256	519	309
8	3,644	447	247
9	4,069	384	197
10	4,534	329	157
11	5,038	281	124
12	5,435	233	96
13	5,851	193	74
14	6,287	160	56
15	6,743	132	43
		4,606	2,700
		(+ 1,254)	(-652)

$$Tir = 30 + \frac{1,254}{1,906} (10) = 36.57\%$$

Cuadro No. 20

RELACION COSTO-BENEFICIO

Años	Flujo de Ingresos	Flujo de Ingresos Descontado 20%	Flujo de Egresos	Flujo de Egresos Descontado 20%
1	1,359	1,132	1,352	1,127
2	1,869	1,298	1,574	1,093
3	2,468	1,428	1,729	1,001
4	3,167	1,527	1,964	947
5	3,980	1,599	2,194	882
6	4,922	1,648	2,456	823
7	6,016	1,679	2,760	770
8	6,615	1,538	2,971	691
9	7,276	1,410	3,207	622
10	8,003	1,293	3,469	560
11	8,801	1,185	3,763	506
12	9,680	1,086	4,245	476
13	10,646	995	4,795	448
14	11,711	912	5,424	422
15	12,882	836	6,139	398
		<u>19,566</u>		<u>10,766</u>

$$R.B.C. = 20\% \frac{19,566}{10,766} = 1.82$$

TERCERA PARTE

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. Se plantea la necesidad de explotar los grandes y muy variados atractivos turísticos con que cuenta la República Mexicana. Uno de los medios viables para lograr este objetivo es el desarrollo del Ejido Turístico.
2. Dada la localización del Ejido de San Lorenzo Teotepilco, consideramos como áreas competitivas a los Estados de Puebla, Tlaxcala y Morelos.
3. La competencia que existe entre los diferentes balnearios ha ocasionado se ofrezca al usuario, instalaciones adecuadas a bajo costo.
4. De acuerdo con las estimaciones y proyecciones realizadas para el Ejido San Lorenzo Teotepilco, la demanda efectiva que podría captar el Centro Turístico se estima para el año de 1979 en un promedio semanal de 2,026 personas y para el año de 1984 en 2,318 personas.

5. Basándose en la demanda calculada se optó por desarrollar un centro turístico con capacidad para 2,000 personas, y que reúna las características necesarias para satisfacer al usuario.

6. No obstante de que la tasa de contratación de los créditos es alta, debido a la difícil situación económica por la que atravieza el país, el estudio económico y financiero indica que el proyecto viable, ya que los ingresos derivados de su operación permiten disponer del efectivo suficiente para cubrir los gastos que se generen durante la vida del proyecto. La inversión se recupera en el quinto año y a partir de ese momento se acumulan sobranes financieros del orden de 48 millones de pesos hasta el año 15.

7. Los indicadores económicos muestran la factibilidad del proyecto, ya que la tasa interna de rentabilidad es superior a la tasa del mercado, y la relación beneficio-costos es mayor que la unidad.

SUGERENCIAS

Para facilitar la realización de este proyecto, se hacen las siguientes sugerencias:

- a) Obtener el apoyo del Gobierno para que la Banca Nacional, de acuerdo con la Ley, otorgue los créditos necesarios, cumpliendo así con efectividad sus funciones.
- b) Agilizar los trámites administrativos en las diferentes dependencias gubernamentales relacionadas con Turismo Ejidal.
- c) Implementar oportunamente cursos de capacitación para que los ejidatarios que se designen encargados del manejo del centro turístico, así como de todos aquellos que trabajen en él, realicen sus labores eficientemente. Esta capacitación podría ser realizada por alguna dependencia del gobierno o bien por la UNAM a través de sus programas de servicio social.

d) Motivar a los ejidatarios sobre la manera más efectiva de aprovechar las utilidades que se generen, ya sea en la adquisición de herramienta agrícola, en centros de capacitación o en la forma que se considera necesaria para contribuir al mayor desarrollo y beneficio de la comunidad ejidal.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- 1.- AYUNTAMIENTO MUNICIPAL TEHUACAN, PUE, SEGUNDO INFORME ANUAL DE GESTION ADMINISTRATIVA DEL - C, HECTOR LEZAMA SURROCA, MEXICO, 1977.
- 2.- BRAVO JIMENEZ MANUEL, EL PERFIL DE MEXICO EN- 1980. TOMO 11 ED, XXI EDITORES, S.A. MEXICO-
- 3.- BANCO DE MEXICO, S.A. ENCUESTA DE TURISMO RE- CEPTIVO 1979-1973.
- 4.- BANCO NACIONAL DE MEXICO, S.A. GUIA PARA EL - MANEJO DE PROYECTOS DEPARTAMENTO DE ASESORIA- ADMINISTRATIVA, MEXICO, D.F. 1975.
- 5.- CENTRO DE INVESTIGACIONES AGRARIAS, ESTRUCTU- RA AGRARIA Y DESARROLLO AGRICOLA EN MEXICO -- 111, MEXICO, D.F. 1970.
- 6.- COMITE REGIONAL DE PROMOCION Y DESARROLLO ECO NOMICO DE TEHUACAN, DIRECTORIO INDUSTRIAL Y - COMERCIAL DE TEHUACAN, PUE, MEXICO, 1975.
- 7.- FERNANDEZ ARENA JOSE ANTONIO, LA AUDITORIA -- ADMINISTRATIVA ED. DINA, TERCERA EDICION ---- MEXICO, 1974.
- 8.- FERNANDEZ Y FERNANDEZ RAMON, COOPERACION AGRI COLA Y ORGANIZACION ECONOMICA DEL EJIDO. ED.- SEPSETENTAS, MEXICO, 1973.
- 9.- ABRAHAM FISHLEDER RUDDY. EL NUEVO CONCEPTO -- DEL EJIDO COLECTIVO MEXICANO, MEXICO, D.F. - TESIS U.N.A.M., 1975.

- 10.- INSTITUTO MEXICANO DE INVESTIGACIONES TURISTICAS. APUNTES PARA EL CURSO " INTRO -
DUCCION AL ESTUDIO DEL TURISMO " MEXICO, -
1975.
- 11.- JOHNSON ROBERT W. ADMINISTRACION FINANCIE
RA EN CIENCIAS SOCIALES ED. SIGLO XXI EDI
TORES, S.A. DECIMO PRIMERA EDICION, MEXI
CO 1973.
- 12.- ALFRED W. KLEINY NATHAN GRABINSKY, EL ANA
LISIS FACTORIAL, MEXICO, D.F. BANCO DE --
MEXICO 1972.
- 13.- ASIMOW MORRIS, INTRODUCCION AL PROYECTO -
ED. HERRERO HNOS. SUCS. S.A. EDITS. MEXI
CO, D.F.
- 14.- PARDINAS FELIPE. METODOLOGIA Y TECNICAS -
DE INVESTIGACION EN CIENCIAS SOCIALES, --
ED, SIGLO XXI EDITORES, S.A. DECIMO PRIME
RA EDICION, MEXICO, 1973.
- 15.- SERGIO DE LA PEÑA LA FORMACION DEL CAPITA
LISMO EN MEXICO, MEXICO, D.F. SIGLO XXI -
EDITORES, 1975.
- 16.- ARTURO REVELES PEREZ, CRITERIOS QUE INFLU
YEN PARA LA SELECCION Y PRESTACION DE LOS
SERVICIOS TURISTICOS EN LA CIUDAD DE MEXI
CO, MEXICO, D.F. TESIS U.N.A.M., 1973.
- 17.- SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA, PUEBLA, -
SISTEMA EDUCATIVO, MEXICO, D.F. 1974.
- 18.- SECRETARIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, DIREC
CION GENERAL DE ESTADISTICA, IX CENSO IN
DUSTRIAL 1971, DATOS DE 1970, MEXICO, D.F.
1974.

- 19.- SECRETARIA DE LA REFORMA AGRARIA, MANUAL PARA CAMPESINOS (ORGANIZACION EJIDAL) SUB-SECRETARIA DE ORGANIZACION Y DESARROLLO AGRARIO. MEXICO, 1975.
- 20.- SECRETARIA DE LA REFORMA AGRARIA, GUIA PARA LA ORGANIZACION RURAL (MANUALES I, II, III Y IV), SUB-SECRETARIA DE ORGANIZACION Y DESARROLLO AGRARIO, DIRECCION GENERAL DE ORGANIZACION EJIDAL, MEXICO, 1976.
- 21.- SECRETARIA DE TURISMO, ESTADISTICAS 1968-1973 DIRECCION GENERAL DE PLANEACION Y RECURSOS, - MEXICO, D.F. 1975.
- 22.- SECRETARIA DE TURISMO. AFLUENCIA TURISTICA INTERNA, 1972 MEXICO, D.F., 1975.