

870102

2
201

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA DE ADMINISTRACION, CONTABILIDAD Y ECONOMIA



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

LA INDUSTRIA TURISTICA Y LAS BASES
FUNDAMENTALES PARA SU DESARROLLO.

SEMINARIO DE INVESTIGACION
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A
Mónica Teresita Aguayo Muñozcano
GUADALAJARA, JAL., DICIEMBRE DE 1985



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 está 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.

I N D I C E.

| | PAG. | |
|--|------|----|
| INTRODUCCION ----- | 1 | |
| CAPITULO I. | | |
| CONSIDERACIONES FUNDAMENTALES SOBRE MATERIA TURISTICA. | | |
| Antecedentes históricos y su evolución----- | 4 | |
| Varios conceptos sobre turismo----- | | |
| Clasificación del turismo----- | 14 | |
| Importancia del proceso administrativo----- | 22 | |
| Su objeto según la demanda----- | 48 | |
| Determinación de la demanda turística----- | 50 | |
| CAPITULO II. | | |
| ANALISIS DEL TURISMO INTERIOR. | | |
| Qué es el turismo interior----- | 52 | |
| Causas que lo originan----- | 55 | |
| Importancia del turismo interior----- | 56 | |
| El turismo interior como fuente de trabajo----- | 60 | |
| CAPITULO III. | | |
| EL TRANSPORTE, LA INFRAESTRUCTURA Y LA HOTE LERIA COMO ELEMENTOS DECISIVOS EN EL DESA_ ROLLO DEL TURISMO.----- | | 66 |

CAPITULO IV.

| | |
|---|----|
| LA PROMOCION: ELEMENTO BASICO EN EL TURISMO. | |
| La promocion como un instrumento de la admi- nistracion----- | 76 |
| Necesidades de llevar a cabo un programa pro- mocional----- | 77 |
| Bases para la promocion----- | 87 |
| Medios auxiliares de los elementos de la pro- mocion----- | 89 |
| Quienes pueden ser promotores----- | 90 |
| En que ocasiones debemos aplicar la promocion | 92 |
| Financiamiento de un programa promocional---- | 96 |
| Posibilidades de fracaso en la promocion ---- | 97 |

CAPITULO V

| | |
|---|-----|
| AUMENTO EN LA INVERSION TURISTICA: FACTOR FUN- DAMENTAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO | |
| La importancia del turismo en la economia na- cional----- | 102 |
| Fuentes de financiamiento----- | 106 |
| Particularidades de las empresas de participa- cion turistica----- | 108 |

CAPITULO VI.

| | |
|---|-----|
| LA CONCEPCION GUBERNAMENTAL DEL TURISMO: -- INSTRUMENTO DE AYUDA PARA SU DESARROLLO. Promocion de la identidad nacional en el ex- terior a traves del turismo----- | 116 |
| CONCLUSION ----- | 118 |
| BIBLIOGRAFIAS ----- | 122 |

DEDICATORIAS.

A MIS PADRES:

POR EL ESFUERZO QUE REALIZARON A LO LARGO DE TODA MI CARRERA Y POR SU GRAN APOYO Y AYUDA AL LOGRO DE MIS OBJETIVOS.

A MI MAESTRA BETTI GUERRERO:

POR SU GRAN DEDICACION, ESFUERZO Y APOYO A LA REALIZACION DE ESTA TESIS.

INTRODUCCION

En la actualidad, debemos tener muy presente la importancia de la Empresa Turística, este tipo de empresa como cualquier otra, tiene la necesidad de conjuntar personal especializado para lograr sus objetivos y así desempeñar eficazmente sus funciones.

Para lograr su objetivo de positivo desarrollo, es necesario actualizar sus políticas, sistemas y métodos para ejecutar así paso a paso el proceso administrativo; pues mientras más técnica sea su aplicación, mejores serán sus resultados, y lógicamente mayores las probabilidades de éxito.

La única diferencia de la Industria Turística, con las demás industrias, es que unifican esfuerzos del gobierno, instituciones y organismos privados. Y junto con los factores de producción, se aplican las técnicas administrativas para ofrecer al turista bienes y servicios demandados, y así lograr los objetivos perseguidos por el Turismo.

Se debe tener presente la importancia de fomentar intensamente al turismo, ya que en muchos casos, este renglón es la principal fuente de ingresos en un país, que ba

sa su riqueza en la atracción de visitantes hacia sus recursos naturales.

Es importante, también tomar en cuenta, al turismo interior, no sólo al extranjero, ya que es la estrategia principal para lograr su desarrollo nacional e internacional.

Debo de hacer notar que el Licenciado en Administración de Empresas desempeña una función fundamental en la Industria Turística, como portador de conocimientos técnicos y científicos, ya que es la persona más adecuada y recomendable para cumplir con esa importante función.

Además de estas funciones del Administrador, es necesario que planee el cupo de alojamientos en un sitio de recreo, organizar, desarrollar y controlar los medios de acceso y transporte, a disposición de los visitantes; contar con el personal debidamente entrenado para la atención de los visitantes, en suma, es necesario administrar los recursos y medios de proveer al visitante de todo lo necesario para una estancia grata.

La sociedad moderna, con amplios recursos y tiempo libre a su disposición, y enterada gracias a los modernos me

dios de comunicación, de la existencia de otras gentes y -
naciones se haya en una etapa en que desea conocer mejor -
el medio en que vive. La promoción turística ayuda al hom-
bre moderno a obtener los datos que le permiten evaluar y-
decidir sobre los lugares que desea conocer. Es por ello -
indispensable que la promoción sea amplia y adecuada para-
que el visitante conozca lo que puede esperar de determinado
sitio y desee visitarlo.

CAPITULO I

"CONSIDERACIONES FUNDAMENTALES SOBRE MATERIA TURISTICA"

- 1.- Antecedentes históricos y su evolución.
- 2.- Varios conceptos sobre Turismo.
- 3.- Clasificación del Turismo.
- 4.- La importancia del proceso administrativo en la empresa turística.
- 5.- Su objeto según la demanda.
- 6.- Determinación de la demanda turística.

1.- ANTECEDENTES HISTORICOS Y SU EVOLUCION.

Desde tiempos remotos, nuestros antecesores, sintieron la necesidad de trasladarse de un lado a otro, para así cubrir sus necesidades primordiales, como alimento, vestido, vivienda, por lo que constantemente emigraban.

Sus antecedentes se remontan a los viajes que los Fenicios y Romanos realizaban en la antigüedad, con fines comerciales, y a los desplazamientos que de todo el mundo helénico, se llevaban a cabo con el fin de asistir o participar en las olimpiadas.

Así como de la Edad Media, nos llegaron relatos de viajes intrépidos como los de Marco Polo, Cristóbal Colón, Magallanes y otros exploradores, quienes a pesar de todos los peligros y dificultades, a que estaban expuestos, frecuentemente partían hacia lo desconocido, e impulsados por la curiosidad, impulsaron al hombre a viajar y asombrar a la ciencia con sus descubrimientos.

En la época feudal se da inicio al turismo, un concepto restrictivo, ya que era de carácter minoritario e individual, realizado solamente por soberanos, terratenientes, políticos, aristócratas e intelectuales; ya que alcanzaban --

cierto grado de cultura y mucha holganza económica. Estas personas vinieron a constituirse en los pioneros del turismo, pues tenían la característica especial de tener suficiente tiempo y dinero para realizar sus vacaciones por largo tiempo y efectuar cuantiosos gastos.

Como consecuencia de la primera guerra mundial, nace lo que se llama "Democratización del Turismo" y las causas que motivaron esta lenta transformación fueron:

- A) La implantación en todos los niveles sociales de un mejoramiento económico, y disfrute obligatorio de vacaciones.
- B) Adelantos tecnológicos, de transporte y comunicación apareciendo nuevos tipos de alojamiento.
- C) El logro de las familias modestas de elevar su cultura y la curiosidad por viajar y ampliar sus conocimientos.

Otra manera de observar la evolución histórica del turismo, es, haciendo una comparación tanto cualitativa como cuantitativa entre los últimos años del siglo XIX y los años del siglo XX. Datos específicos nos revelan las grandes diferencias encontradas en el número de personas desplazadas a lugares específicos, y la cantidad de dinero --

que han dejado tales desplazamientos, en una época y en otra.

Igualmente después de los estragos de la guerra, lo más necesario para lograr objetivos de obtener divisas al país, era atraer la visita de los extranjeros e impedir la salida de los nacionales.

Estas emigraciones, después fueron llamadas por necesidad, más por razón de la multiplicación de actividades del hombre, el desplazamiento se vino realizando con más frecuencia y más lugares, en algunas ocasiones motivados por el afán de conquista o posesión de nuevas tierras, en otras por razones culturales y por la persecución de los animales de caza y recolección de frutos para su alimentación.

Con el paso de los siglos encontramos, algunas formas peculiares de realizar estos viajes, con un criterio diferente y más amplio, por lo consiguiente, pensamos en el concepto de lo que es el Turismo.

Las peregrinaciones reciben gran impulso en la Edad Media, motivadas por causas meramente religiosas, aunque en éstas intervenían otros factores, como curiosidad por

conocer otras gentes, otros lugares, etc.

Los atractivos propios de las grandes capitales, bellezas naturales, centros religiosos y culturales y la cada vez mayor inquietud por descubrir lo desconocido, ha venido motivando el que cada vez mayores núcleos humanos se movilicen a lugares en los que no piensan residir en forma permanente, hasta llegar a constituir en nuestros días, -- una verdadera necesidad que la vida moderna impone al hombre.

Lo que antes era privilegio de unos cuantos de poder viajar, hoy está al alcance de las grandes mayorías el poder desplazarse, gracias a los adelantos técnicos en los medios de transportación masiva, que los hace rápida y confortables, el aumento y diversificación de los establecimientos de hospedaje y la seguridad cada vez mayor que -- ofrecen a los viajeros.

Actualmente, es mucho lo que se habla sobre turismo, -- enfocándolo especialmente, a que aporta considerables beneficios como generador de ingresos desde el ángulo de la -- economía, pudiendo establecer categóricamente qué es el turismo. Ya que éste es un fenómeno político, filosófico, democrático, jurídico y mercadotécnico.

Desde luego que a los investigadores les interesó saber de donde provenía la palabra "turista", aceptando como -- punto de partida, el concepto que le diera el filósofo y -- erudito francés Emilio Littré en su diccionario diciendo -- que el turista es el viajero que recorre un país extranjero por curiosidad y agrado.

La palabra turismo nos viene del francés TOUR, que a -- su vez es derivada del latín TOREUS, y esto en castellano -- quiere decir viajar, pasear, excursionar. Más tarde los in -- gleses, le llamaron TOURIT, propagándose y generalizándose -- la expresión de turista, y sus derivados turismo, turfsti -- co, etc.

Según el punto de vista económico, el turismo es la -- industria del extranjero, y en especial, de la industria -- de viajes.

En el sentido social y moral, es un factor de unidad -- patriótica que fomenta la comprensión y entendimiento en -- tre los pueblos.

Desde el punto de vista de los distintos objetivos -- que persiguen se le denomina "viajero" a todo aquel que por -- múltiples circunstancias emprende un viaje. A diferencia --

del turista, que exclusivamente lo hace con el único objeto de distraerse y el viaje es únicamente de placer.

Considerando lo anterior puedo decir, como un concepto básico, que el turismo se puede definir como: "El desplazamiento temporal de un individuo, o grupo de individuos a otros lugares, motivados por diferentes causas como pueden ser: sociales, económicas, políticas, deportivas, religiosas, de placer o descanso, negocios, etc." Lo podemos definir también como un traslado, y esta idea de traslado está en la base del turismo, sin poder concebir uno sin el otro.

Pero este traslado ha de ser temporal y ha de estar limitado a un mínimo y a un máximo de permanencia o duración.

Es conveniente que mencione la definición que tienen diferentes autores sobre la palabra turismo, y en sí lo -- que para ellos significa:

MUNEL ORDUÑO MARTINEZ: Dice que turismo es: en la fórmula más sencilla la "AFICION DE VIAJAR POR EL GUSTO DE RECORRER UN PAIS".

JORGE VILA PRADERA: nos dice: turista: ES TODA PERSONA QUE SE DESPLAZA A UN PAIS DISTINTO DE AQUEL QUE TIENE -

SU DOMICILIO HABITUAL POR TIEMPO NO INFERIOR A 24 HORAS.

HUNZINER: dice: TURISMO ES EL CONJUNTO DE RELACIONES Y HECHOS PRODUCIDOS POR EL DESPLAZAMIENTO Y LA PERMANENCIA DE PERSONAS FUERA DE SU LUGAR, DE DOMICILIO, EN TANTO QUE DICHA PERMANENCIA Y DESPLAZAMIENTO NO ESTEN MOTIVADOS POR UNA ACTIVIDAD LUCRATIVA.

Uno de los primeros teóricos en materia de turismo.

ATEST (ASOCIACION INTERNACIONAL DE EXPERTOS EN CIENCIAS TURISTICAS) DICE: ES LA TOTALIDAD DE LAS RELACIONES Y FENOMENOS QUE RESULTAN DEL VIAJE Y DE LA DISTANCIA DE LOS EXTRANJEROS EN EL LUGAR, SIEMPRE QUE DURANTE DICHA ESTANCIA NO SE FUNDE NINGUNA COLONIA.

JOSE IGNACIO DE ARCILLAGA: nos dice: ES TODO DESPLAZAMIENTO VOLUNTARIO Y TEMPORAL DETERMINADO POR CAUSAS AJENAS AL LUCRO, EL CONJUNTO DE BIENES, SERVICIOS Y ORGANIZACION, QUE EN CADA NACION DETERMINAN Y HACEN POSIBLES ESOS DESPLAZAMIENTOS Y LAS RELACIONES Y HECHOS QUE ENTRE ESTOS Y LOS VIAJEROS TIENEN LUGAR.

Ahora bien, definiré lo más importante, que es la industria turística: "ES EL CONJUNTO DE BIENES Y SERVICIOS Y FUNDAMENTALMENTE ORGANIZACION, ADEMAS DE LA REFERENCIA DE-

LA ORGANIZACION, PUBLICA Y PRIVADA QUE LA REGIRA Y AL MISMO TIEMPO, PROMUEVE.

Y precisamente, el enorme incremento alcanzado por el turismo, ha dado origen a que muchas instituciones públicas y privadas, le presten mucha atención a esta actividad relativamente nueva pero importantísima como industria.

Existe un concepto muy nuevo sobre Industria Turística, que ha sido llamado "INDUSTRIA BLANCA Y SIN CHIMENEAS".

Sostengo y estoy de acuerdo que el turismo es una industria por ser un conjunto de actividades, en las que intervienen por una parte sujetos activos y pasivos, por otra parte, bienes y recursos respecto de los cuales aquellos realizan actos diversos.

La evolución del turismo se deja notar cuando principia a convertirse en una actividad, que pueden realizar -- aquellos segmentos sociales de condiciones económicas más restringidas y que vienen a dar origen al llamado turismo popular.

BIENES TURISTICOS: son: "Los que constituyen todos -- aquellos objetos, naturales y físicos, hechos y categorías

espirituales, sucesos, etc., susceptibles de provocar un - interés a un atractivo, que sobrepasen el marco local, influyan en el movimiento y desplazamiento de las personas, - con una finalidad turística".

Es difícil hacer una clasificación de estos bienes tu rísticos, ya que su variedad es infinita, pero trataré de - hacer mención:

OBJETOS NATURALES: Playas, montañas, ríos, paisajes, - clima, fenómenos físicos, etc.

OBJETOS ARTIFICIALES: Ciudades, monumentos, ruinas, - puentes, construcciones deportivas, arqueológicas etc.

SUCESOS: Convenciones, congresos, centros de cultura, - arte, religión, diversión, visitas a universidades, - etc.

SERVICIOS TURISTICOS: "Son hechos, actividades, produc - tos elaborados y fórmulas comerciales, que permiten el - tránsito, facilitación, acercamiento, uso y disfrute de -- los bienes turísticos, a la masa de personas que potencial - mente o de hecho se clasifican como turistas".

Lo que se entiende por servicios turísticos, es bastante amplio, pues parece como si éstos fueran gratuitos, pero por determinados servicios se exige una remuneración. Por lo que los clasifico a continuación.

- 1.- SERVICIOS BASICOS. Información, consejos, orientación general, elaboración de presupuestos e itinerarios, entrega de literatura, planos, fotografías y traducción.
- 2.- SERVICIOS ELABORADOS. Alimentación, hospedaje, espectáculos, alquileres, transportes y comunicaciones.

Ya he mencionado que uno de los fines del turismo, es buscar el enriquecimiento de la vida en todas sus manifestaciones, para ello serán indispensables numerosos incentivos y motivaciones, y sólo así podrán lograrse los propósitos que persigue esta actividad, pues debemos lograr siempre la emotividad y la grata experiencia que se logra por el contacto directo, con reproducciones en libros, documentales, etc., prefiriéndolo usar como medio publicitario.

3.- CLASIFICACION DEL TURISMO.

- A) **TURISMO INTERIOR:** Es el que hacen los nacionales realizándolo sin abastecer el país, lo importante es que las divisas no salen al extranjero, lo que favorece a la economía nacional.
- B) **TURISMO EXTERIOR:** Es cuando los nacionales cruzan la frontera para visitar otro país, lo que implica salida de capital, siendo tan importante esto para que exista un retraso de la economía de un país, ya que afecta grandemente a éste dependiendo de su alcance. Ya que a través de la balanza internacional de pagos se puede observar la diferencia entre el total de compras de bienes y servicios producidos en el país, o sea, la diferencia entre las importaciones y las exportaciones.
- C) **TURISMO RECEPTIVO:** Está formado por todas aquellas corrientes turísticas que ingresan al país, procedentes de otros países, proporcionando la multiplicación de una fuente de ingresos de trabajo, y que permiten al país receptor nivelarse y aumentar el superavit de su balanza comercial, puesto que es mejor auxiliar para lograr divisas que influyen de manera positiva en el mejoramiento del país.

En nuestros días se ha idealizado y explorado todos -- aquellos factores que concurren al desenvolvimiento y desarrollo del turismo. Anteriormente sólo se hacía empíricamente, pero más tarde las entidades gubernamentales al darse cuenta de su importancia, empezaron a darle auge.

Este movimiento creó la necesidad de crear organismos -- especializados para la promoción, fomento y control de las actividades que son reflejo del turismo, el cual, es una -- actividad netamente productiva, ya que cumple con toda función económica y social, por que está sujeto a ofrecer alta calidad y bajos precios en sus servicios, al establecimiento de las más cordiales relaciones convenientes con -- los demás países, al mantenimiento adecuado, de una política monetaria, para incrementar y mantener, asegurando las frecuentes corrientes turísticas, procurando siempre mejorar al máximo los servicios turísticos por lo que debemos tener en cuenta otras circunstancias favorables para la -- economía como:

- 1.- Los ingresos en moneda extranjera y nacional, que reduce el turismo como: derechos aduanales, correos, telégrafos, teléfonos, rotación de capitales, y aumento en las empresas afines.
- 2.- Aumento de trabajo en el campo industrial y comercial.

- 3.- Es un instrumento de la política social, para mejorar las condiciones de vida en todos los sectores.
- 4.- Sirve de incentivo para el saneamiento a nivel nacional.
- 5.- Mejor aprovechamiento de todos los recursos y atractivos naturales.

El cumplir con las exigencias del turismo, representa para el gobierno, la inversión de grandes desembolsos que son recuperables a largo plazo, que es la inversión turística. Siendo estas exigencias las siguientes:

- A) Mejoramiento y modernización de los medios de transporte: líneas aéreas, embarcaciones, autotransporte, ferrocarriles, etc.
- B) Mejoramiento y modernización de sistemas de comunicación: correos, telégrafos, red de carreteras, pistas de aterrizaje, etc.
- C) Conservar y proteger sitios de atractivo turístico: parques, monumentos, flores, fauna, etc.
- D) Ejercer control y vigilancia tanto en las industrias -- privadas, conectadas con el turismo, como en el desempeño de las labores del personal de turismo como el de la hotelería, artesanías, servicios generales, etc.
- E) Regular todo tipo de actividad relacionada con el turismo

mo. Así como la aprobación de tantos diseños de la campaña de promoción turística, para modificarlas y rechazarlas.

La variedad y amplitud de actividades que colaboran con juntamente en la realización de los fines turísticos, es lo que ha venido a hacer que el estado intervenga de manera absoluta, por lo cual, el Gobierno tiene la obligación de planear, organizar, promover y controlar, de la manera más eficaz el desarrollo turístico.

MERCADO TURISTICO. Es el conjunto de la oferta y de la demanda y de servicios juntamente con el volúmen de operaciones y transacciones a que de lugar.

Los promotores son los creadores de ofertas, y son: instituciones, organismos, asociaciones o personas, que tienen ciertas responsabilidades en cuanto a la planeación, fomento, desarrollo, promociones y la ordenación de las actividades turísticas.

En un principio, el desarrollo incipiente de las actividades económicas, permitieron tanto al comerciante en el ramo industrial, atender personalmente sus diversas labores, sin embargo el actual desarrollo económico, permitió-

el establecimiento de grandes empresas, y esto tuvo como -- resultado, una gran complejidad en las estructuras y funcionamientos en las instituciones. Fué así como nació la necesidad de la organización administrativa, pues la autoridad central tuvo que delegar facultades y atribuciones.

Así pues, mediante la organización administrativa, se -- trata de establecer un esqueleto de autoridad y responsabilidad que permiten la delegación de autoridad y responsabilidad.

El turismo tiene un lugar muy importante en el mercado, -- no se pueden fijar los precios de los bienes y servicios turísticos, ya que dependen de diversos factores como los -- atractivos naturales, sin embargo los bienes de uso colectivo influyen directamente en la dèmanda de uso colectivo y -- consumo de otros bienes y servicios de fácil determinación -- económica como: alojamientos, artesanías, diversiones, alimentación y transporte.

La política turística debe perseguir la calidad tanto en la oferta como en la demanda, pues, si no hay buenas condiciones, no habrá buenos servicios turísticos.

Al país no le conviene personas que tengan débiles condici

ciones económicas, ya que no aportarían ninguna divisa al país y además nos ocasionarían demasiados problemas.

Las afluencias extraturísticas se pueden presentar en cualquier época del año motivadas por diferentes factores, bajas de precios en los bienes y servicios, disfrutar de vacaciones o por la compra de objetos de uso personal.

Tiende a desaparecer cuando es nivelada la balanza de precios, por lo que no podemos tomarla como ninguna base, por lo tanto es necesario crear motivos, de atracción capaces de mantenerse siempre interesado por visitar al país, por lo tanto, considero que siempre contaremos con tres -- problemas fundamentales:

- 1.- Qué bienes y servicios vamos a ofrecer, a qué precios y en qué cantidades, refiriéndonos a la oferta, y lo que estamos dispuestos a producir y en qué nivel de ca lidad.
- 2.- Cómo llevaremos a cabo la combinación de los factores de producción (tierra, trabajo y capital) y la aplicación, de las técnicas administrativas para producir eficientemente los bienes y servicios demandados, aplicándolas podremos lograr las metas predeterminadas, sa tisfaciendo las exigencias de la oferta y la demanda.

3.- Determinar cuantitativamente y cualitativamente a quiénes irán dirigidos los bienes y servicios producidos - en la relación entre el precio y la demanda. En el aspecto turístico esto indica la cantidad de turistas -- que deseamos atraer.

Las empresas que de una u otra forma ofrecen productos y servicios son:

- a) Los gobiernos e instituciones de turismo.
- b) Los medios de transporte.
- c) Proveedores especializados.
- d) Instalaciones especiales.

El primer grupo corresponde a aquellos que brindan el respectivo apoyo a los demás grupos de empresas y tienen su organización y funciones orientadas hacia la finalidad turística.

El segundo grupo de empresas, lo constituyen todas aquellas que se dedican a facilitar, haciendo más agradables y económicos los viajes al turista.

El tercer grupo, le corresponde dar a conocer el folklore del país por medio de la artesanía, expresando su

historia, costumbres, plasmadas en oro, plata, vidrio, papel, barro, madera, etc.

El cuarto, se caracteriza por el ofrecimiento de comodidad y tranquilidad como en las instalaciones, hoteles, moteles, agencias de viajes, bungalows, lugares de diversión clasificándolos por los tipos de empresas que ofrecen sus servicios y productos.

Una modalidad que puede considerarse reciente, es aquella que se observa en las naciones que han logrado un alto desarrollo técnico en el cuerpo industrial, por lo que constantemente nos damos cuenta de las convenciones y de visitas a grandes ciudades y empresas industriales, realizados por destacados hombres de negocios, que desean estudiar y aprender los últimos adelantos, nuevos procesos de producción, mejores técnicas de mercado, etc.

La economía es una función muy importante en el turismo, pues proporciona la mayor parte de la exportación invisible. Se necesita practicar el comercio, mediante el intercambio de sus productos, ofreciendo al visitante, lo que más le llama la atención, que es uno de los propósitos del turismo.

Considero que el problema principal que se le presenta a

toda empresa que ofrece bienes y servicios turísticos, es la gran inmovilización de capitales, especialmente en el ramo de los medios de transporte y hotelería.

4.- IMPORTANCIA DEL PROCESO ADMINISTRATIVO.

No puede el hombre de negocios o un organismo social -- prescindir del uso de la administración en el desempeño de sus funciones. Los tiempos modernos se han tornado inflexibles en la medición de los resultados en el alcance de los objetivos que los hombres se proponen. En tiempos remotos, la práctica de la Administración era netamente empírica, -- basados únicamente en la experiencia que de generación en generación se venían transmitiendo, por lo que los sistemas que se aplicaban duraban cientos de años, sin que sufrieran siquiera alguna modificación. Las clases sociales -- estaban marcadamente diferenciadas, los fuertes capitales -- tenazmente concentrados lo que ocasionaba que se detuviera el desarrollo normal del progreso.

Por otro lado, la tecnología era totalmente desconocida por lo que las actividades del hombre las constituyen las labores del campo, las artesanías y casi siempre estaban -- al servicio de los poderosos. Con el surgimiento de la Re-

volución Industrial (1750) y mucho después (1919) la producción en serie del modelo T. de Henry Ford, se comienza a dar crédito a las teorías de los pilares de la Administración Científica.

Henry Fayol (1841-1925), en su libro "Administración Industrial y General" publicado en 1916, establece que la teoría administrativa puede ser aplicada en cualquiera de las formas de cooperación humana. Frederick Taylor (1856-1915), conocido mundialmente como el padre de la "Administración Científica" desarrolla el estudio de la administración de tiempos y determinación de funciones en la empresa.

Frank Gilberth (1868-1924) profundiza en el estudio de tiempos y movimientos, especialmente en producción, aporta que ha redituado muchos beneficios a la industria en todas sus ramas. Establece el "Therblig" como unidad de medición.

Elton Mayo (1880-1949) en sus dos principales obras publicadas en 1933 tituladas "Los problemas humanos de una civilización industrial", hace relación de los factores humanos y sociales como principales para la adaptación satisfactoria y productiva del hombre en la industria. Dirigido a un grupo de investigadores en la planta Hawthorne de-

la Western Electric Co., realizó intensos estudios sobre el comportamiento y rendimiento del obrero en diferentes medios ambientales, con la finalidad de comprobar sus teorías.

Chester I. Barnard (1886-1961) publica en 1938 su obra: "Las funciones del Ejecutivo", concentrando su atención en áreas de responsabilidades en la empresa. Otros grandes -- contribuyentes a la Administración Científica, son: Harrington; Emerson, Karl Pearson, Henry L. Gantt, Max Weber, -- Charles Babbage, Peter Druker, Claude Shannon, investigaron arduamente sobre el campo de administración en sus diversas facetas y en diversos niveles jerárquicos, por lo que muy atinadamente se les ha llamado precursores de la Administración Científica.

Son muchos los conceptos que gran cantidad de autores -- han presentado al estudiar la Administración. La definición que aquí expongo y explico es el producto del análisis que he realizado sobre otras definiciones. Considero que la "Administración es la ciencia y el arte que tiene -- por objeto alcanzar las metas pre-establecidas con un máximo de eficiencia y un mínimo de esfuerzo".

Es ciencia, porque, basada en principios y métodos rigurosos

rosos recolecta datos para buscar nuevos conocimientos, estableciendo hipótesis y aprobándolas. Es un arte porque, de la habilidad que se tenga para aplicar el conocimiento en las actividades de los hombres, se logrará el objetivo previamente especificado. Los resultados obtenidos deben satisfacer nuestros propósitos a tal grado que podamos practicar otra vez el mismo método. Haciendo buen uso del conocimiento administrativo disminuirémos el esfuerzo físico de nuestros colaboradores con excelentes resultados.

El fijarse una meta y alcanzarla es algo inherente a todos los seres humanos, es por eso que su florecimiento en las últimas décadas, ha sido enteramente radical. La administración se mide con resultados, y éstos, serán satisfactorios ó desastrosos, dependiendo de la medida en que se apliquen sus principios. Por eso se dice que su distintivo es el progreso y para lograrlo, la administración exige previamente definir y fijar objetivos. Un ejemplo práctico demuestra el porqué la administración es una ciencia y un arte. Lo primero enseña a conocer, y lo segundo enseña a hacer. Se puede conocer mucho de astronomía (ciencia) y sin embargo, perderse en una noche estrellada por no saber orientarse con los astros (arte).

Con base en esta definición, asentaré que la administra

ción más que un fin es un medio que sirve para que el industrial, el comerciante, el banquero, el político, el militar, el padre de familia, etc., siempre y cuando actúen como jefes ejerciendo autoridad sobre otras personas, logren sus objetivos.

Este hecho dificulta la justificación de la administración por sí sola, puesto que al ser un instrumento, puede utilizarse para bien o para mal, para fines justos e injustos, sirve en la paz y en la guerra, fortifica tanto a la verdad como a la mentira, en fin, siempre está al servicio de los propósitos que desde fuera se le imponen. Dadas estas circunstancias la orientación que en este trabajo aplico, viene relacionado a la administración en su concepción más positiva, en la persecución de los más nobles objetivos, y en el uso de principios, técnicas y prácticas en -- provecho de conjuntos humanos, y además, para canalizar el esfuerzo cooperativo por medio del cual se pueden lograr - objetivos comunes que no serían factibles de cumplir si se les trataran en forma individual.

En qué consiste el Proceso Administrativo.-

El Proceso Administrativo lo interpreto como la esencia misma de la administración. Son todos aquellos pasos que -

siendo aplicados en cualquier tipo de actividad, siguiendo el orden lógico, hacen que los resultados sean más eficaces que en los que no se hace uso de dicho proceso, a saber: planeación, organización, integración, dirección y control; utilizados en el análisis de los problemas, en la toma de decisiones y en la implantación de sistemas de comunicación.

La terminología "proceso activo", resulta de conceptuar a la administración como un proceso, puesto que se lleva a cabo mediante el curso de varias fases. Estas fases sufren algunas variaciones según observan algunos autores. Por ejemplo A.M.A. (American Management Association) considera únicamente 3 fases: planeación, organización y supervisión.

Henry Fayol presenta 5 fases: Preveer, organizar, mandar coordinar y controlar.

George R. Terry sostiene 4 fases: Planeación, organización, ejecución y control.

El proceso de mi mayor aceptación es el que proponen los autores Koonz y O'Donell compuesto de 5 fases: Planeación, organización, integración, dirección y control.

Estas fases alcanzan a identificar plenamente los elementos y aspectos que involucran la administración:

- a) Elemento objetivo.
- b) Elemento eficacia.
- c) Aspecto psicológico.

Así el hombre descubre una idea que habría de materializarse con los productos de la tierra y la acción de sus semejantes: Es la empresa, razón del Proceso Administrativo.

Este proceso administrativo es universal y aplicable a cualquier empresa y de tipo funcionario. Además, es único, continuo, inseparable; cada acto, cada etapa está compenetrada en las demás. Esto significa, que al estar planeando se esté a la vez controlando, dirigiendo, organizando, etc. El fin de una función no cesa por completo al empezar la siguiente, y no siguen una escuela determinada, sino el curso de las circunstancias, que son las que exigen. Los elementos del proceso administrativo se han agrupado en 2-fases globales:

- A) La mecánica o "pre-ejecutiva" que agrupa a los elementos que nos indicarán lo que debe hacerse, ésto es, estructurar, e incluye a la planeación y a la organiza-

ción.

- b) La dinámica o "Ejecutiva" compuesta por los elementos - que nos indican cómo manejar a las personas y cosas de la empresa en lo inmediato, ésto es, operar, y abarcar a la integración, dirección y control.

El proceso administrativo constituye el núcleo propio - de la administración y a través de él, expondré las técnicas para ofrecerlas en una realidad más práctica, la forma de operar una empresa, tomando siempre en cuenta que su -- éxito dependerá del plan de las personas que lo llevan a - cabo y de las cosas, bienes o medios de que se valen.

De las distintas fases de este proceso administrativo - detallaré algunas recomendaciones y actividades que involu- cra cada fase en su aplicación, al igual que sus conceptos.

Pasos a seguir en el Proceso Administrativo:

Planeación.

Organización.

Interpretación.

Dirección y Control.

Planear es decidir anticipadamente qué, quién, cómo, dón de y cuándo ha de realizarse una actividad, es decir, llena

el vacío existente entre el punto de partida y la meta que queremos alcanzar. Las siguientes recomendaciones deben de tomarse en cuenta al realizar planes:

- 1.- Se deben definir los objetivos.
- 2.- Deben ser susceptibles de cambios.
- 3.- La planeación a largo plazo debe incluir la planeación a corto plazo.
- 4.- Debe iniciarse en los altos niveles.
- 5.- No debe dejarse al azar.
- 6.- Debe presentarse por escrito.

En su forma más completa y de gran utilidad, la fase de planear, comprende las actividades que a continuación enumerar:

- 1.- Establecer procedimientos que indican la secuencia de las operaciones necesarias.
- 2.- Programar actividades.
- 3.- Determinar el tiempo en que debe iniciar, durar y terminar cada actividad.
- 4.- Fijar y clasificar los varios objetivos.
- 5.- Presupuestar los recursos necesarios. Esto incluye lo que los norteamericanos han dado por llamarle -- las 5 M; Money (dinero), Men (hombre), Material --

(materiales), Machinery (maquinaria), Management (dirección).

Aún con esto, la planeación es una actividad que se individualiza por consideraciones y circunstancias de cada empresa; por los deseos de los altos funcionarios y por las personas que la efectúan. No obstante, casi todos los trabajos de planeación se caracterizan por los siguientes pasos:

- 1.- Definición del problema.- Su objetivo principal y la importancia de resolverlo.
- 2.- Reclutamiento de ideas.- Investigación y consulta de archivos, textos, prácticas en otras empresas, experiencias propias y ajenas y sugerencias.
- 3.- Formulación de premisas tentativas.- Para señalar los motivos que se calculan al presentarse y que forman la base y justificación del plan.
- 4.- Depuración de los cursos de acción.- Valorarlos por su eficiencia en los resultados que se prevean, según como se presenten ante el momento decisivo.
- 5.- Elección del plan.- Tomando en cuenta los costos, adaptabilidad, funcionalidad y fluidez para ponerlo en práctica.

6.-Control y vigilancia del plan.- Implantación de un sistema de control que nos revele en cualquier momento a qué nivel del programa nos encontramos y qué variaciones hemos ido sufriendo. La vigilancia nos señala el comportamiento continuo de los valores internos y externos que pueden - - afectar el plan.

Organización.

Organizar, es agrupar todas aquellas personas, funciones y recursos que resultan necesarios para cumplir con -- las metas que han sido pre-fijadas en los planes.

La mentalidad del hombre ha evolucionado a través de -- los siglos al contemplar la organización y consecuentemente, nuevas formas de administración que despiertan consciencia la necesidad y deber de lograr sus objetivos y satisfacer sus necesidades. Esta evolución en el pensamiento del hombre se ha presentado en las siguientes etapas que -- fueron las de:

- | | |
|-------------|---|
| Salvajismo: | El prójimo es mi enemigo, debe ser destruido. |
| Esclavitud: | El prójimo debe ser conquistado y puesto a mi servicio. |
| Claridad: | El prójimo debe ser cuidado, protegido y - |

- auxiliado cuando esté en apuros, sin importarme los motivos de su apuro.
- Paternalismo:** El prójimo debe ser ayudado, yo decidiré hasta qué grado.
- Participación:** El prójimo puede contribuir a mis esfuerzos y puede ayudarme.
- Administración:** De aquello que son responsable, no es mío el cuidado y lo administro para otros.
- Estadista:** El prójimo es capaz de lograr mucho más, es mi responsabilidad auxiliarlo a desarrollar sus actividades en su máxima capacidad.

Cuando se habla de organización eficiente, el criterio que debe imperar para entender mejor el desarrollo de la moderna organización, es éste último.

Se hace presente la organización cuando dos o más personas se unen para alcanzar un objetivo común. Esta unión origina la necesidad humana de cooperación y coordinación - elementos más que básicos para cumplir con el buen propósito del grupo.

Refiriéndome a funciones, la organización clasifica y determina la prioridad de ejecución de cada una. En cuanto

a personas, la organización determina jerárquicamente qué autoridad y responsabilidad alcanza cada una de ellas, y - además, canaliza con mayor fluidez las actividades específicas de cada miembro. En esta área, la organización tiene lugar sólo cuando:

- a) Las personas son capaces de comunicarse entre sí.
- b) Cuando están dispuestas a actuar, y
- c) Cuando están influenciadas por un objetivo común.

Con los recursos (lugar, materiales, equipo) la organización aprovecha su mejor disponibilidad.

Si se quiere obtener una estructura sólida en una empresa, es menester que al efectuar la labor organizativa se tomen en cuenta algunos principios fundamentales, tales como:

- a) Separar definitivamente las funciones. Por ejemplo: finanzas, producción, mercadotecnia y personal.
- b) Establecer sub-divisiones que sean lógicas dentro de la línea de trabajo, con el fin de evitar traslapes, choques, fricciones o acaparamiento de labores. Esto a su vez, facilita el determinar a qué nivel se lleva a cabo la labor y quién es el responsable.
- c) Delegación apropiada y adecuada de la autoridad y respon

sabilidad para cada miembro, situándolo en un orden jerárquico de sucesión de acuerdo con el trabajo que desempeña.

Puesto que la organización auxilia al jefe para que lleve a la práctica los planes trazados, es importante hacer notar el uso de instrumentos de comunicación inseparables de esta fase de proceso.

- 1.- Organigrama general y por departamentos.
- 2.- Manuales de descripción y especificación de puestos.
- 3.- Manuales de orientación y reglamentación.
- 4.- Manuales de políticas y procedimientos.
- 5.- Conferencias, boletines, circulares, cartas, memorándums.

Realmente estos medios de apoyo a la organización son estáticos, y sólomente se vuelven útiles y efectivos cuando algún miembro de la empresa los consulta para saber, y entender y aceptar lo que en ellos está descrito.

La organización es la fase del proceso que se realiza para indicar "como se va a hacer" detalladamente cada una de las actividades de la empresa.

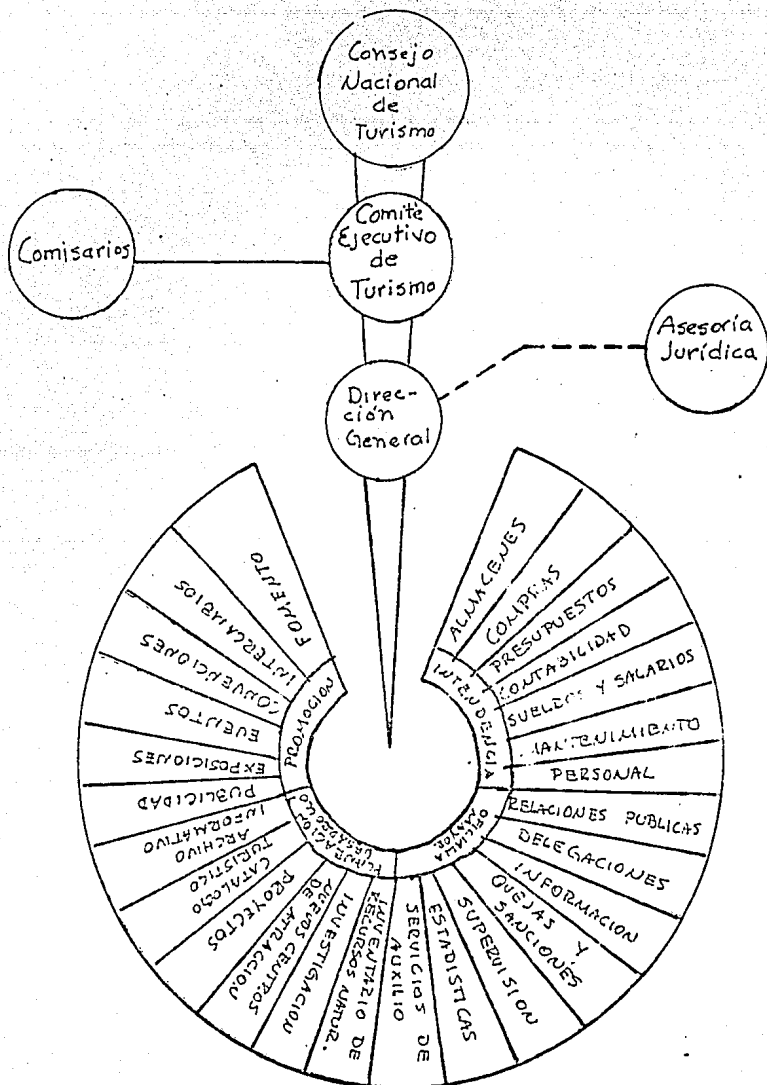
Los fines que persigue la organización son:

- a) La creación, es decir, el estudio de las necesidades de crear un determinado producto o servicio y las formas de recaudar los recursos necesarios para proveerlo.
- b) La eficiencia, es decir, el máximo aprovechamiento de los recursos.
- c) La rentabilidad, es decir, el logro de los máximos beneficios posibles como resultado del aprovechamiento de los recursos, y, por último,
- d) El desarrollo, es decir, la re-inversión, expansión y explotación al máximo de los beneficios, derivados de los recursos.

El funcionamiento de un departamento de Turismo estará apegado a un sistema muy particular de organización interna, para que tenga la flexibilidad, eficacia y control necesarios a sus disímiles actividades. Esta diversidad de funciones son las que hacen precisa la fundación de instituciones, tanto oficiales como privados de muy variados giros, con el fin de defender los múltiples intereses que entran en juego en la amplia y diversificada industria del -

turismo. El organigrama que presento en la siguiente página, refleja la manera de cómo descentralizar la dependencia que el gobierno constituye con el propósito de fomentar, incrementar y controlar eficientemente todas las actividades turísticas.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE UNA INSTITUCION DE TURISMO



INTEGRACION.-

Integrar, es el fenómeno de hacerse llegar el material y el elemento humano necesario para que ocupe un puesto y cumplan con las funciones existentes en la empresa. Es el elemento vivificante y constructor de la organización. Esta es la razón del porqué esta fase es la más delicada en su formación. El éxito de cualquier empresa dependerá en gran medida de la calidad de sus miembros en todos los niveles y cargos.

La integración de personal para que sea efectiva debe cumplir con algunos requisitos estipulados por la dirección, tales como: políticas de contratación, características del solicitante, niveles de sueldos, puntuación mínima para aceptación, etc., siendo además la integración un procedimiento con varios pasos a seguir hasta integrar al individuo a la compañía, estos pasos son esenciales y pueden utilizarse para todos los niveles. Son los siguientes:

- 1) Reclutamiento.
- 2) Entrevistas.
- 3) Pruebas.
- 4) Selección.
- 5) Adiestramiento.

- 6) Contratación.
- 7) Promoción.
- 8) Rotación.
- 9) Retiro.

La sensibilidad de la misión de integrar, marca por sí sola su importancia y los efectos observados por una buena o mala integración, se medirán por las acciones del personal o bien por el índice de rotación de empleados. La estabilidad económica de una empresa, puede reflejarse en este índice, manifestando a su vez la eficiente aplicación de esta interesante fase del proceso administrativo.

Dirigir, es el arte de hacer que los colaboradores vayan cumpliendo sus funciones en el tiempo y lugar indicados.

Esta definición se puede identificar con otros términos que nos dan la misma idea y son: conducir, supervisar, guiar ... ejecutar y ordenar, más no importando el término que se use, de lo que se trata es poner en práctica las decisiones, planes y programas que harán factibles el logro de los objetivos.

La dirección encierra un concepto muy amplio. Implica la necesidad de un profundo conocimiento del área de trabajo.

Se me ocurre analizar al director de una sinfonía a guisa de ejemplo: Este señor conoce todas las notas que comprende la pieza musical representada en su pentagrama; conoce todas las notas que pueden emitir en forma individual y en conjunto todos los instrumentos componentes; sabe en qué momento habrá de iniciar y terminar la participación de algún instrumento; conoce todas las características personales de sus miembros y del instrumento que toca, y sincronizados movimientos ordena la ejecución de una preciosa sinfonía. Exactamente sucede lo mismo con la dirección de una empresa.

El director debe conocer todas las funciones de la compañía; cuándo deben ser llevadas a cabo; quiénes deben ejecutarlas; con qué ejecutarán y sobre todo, lograr la coordinación de todas las funciones y la cooperación de todos sus miembros para alcanzar el o los objetivos deseados.

Naturalmente esta comparación nos revela que es indispensable al hablar de dirección, referirse a las funciones básicas de todo dirigente, y son:

a) Alcanzar los objetivos.- Es una responsabilidad que jamás algún jefe ha podido evadir. La habilidad de aplicar un método o procedimiento será lo único que lo con-

ducirá al éxito y lo diferenciará de otros dirigentes.

- b) Conservar la unidad del grupo.- La armonía, una elevada moral, es espíritu de conservación existente entre los miembros de una organización, no es mera coincidencia, es la obra invisible del director quien nunca ha substituido la calidad de sus componentes.
- c) Promover la integración del grupo.- Significa facilitar el uso de todos los medios de comunicación, emisión de órdenes claras y precisas que vayan de acuerdo a la capacidad de los subordinados, fomentar las relaciones contractuales de carácter interno y externo.

Cada individuo juzgará las funciones de la dirección -- desde su propio ángulo, más todos aceptarán que las funciones del dirigente se juzgarán con base en lo que "hacen" -- quienes de él dependen.

Controlar, es la constante verificación que de todas las disposiciones emitidas, estén de conformidad con lo planeado y si las funciones se están cumpliendo con base en los principios fundados. El control se aplica a personas, funciones y cosas con el fin de rectificar las anomalías que se han reflejado en la ejecución de los planes para impedir

que vuelvan a producirse, porque es una función administrativa que debe y puede usarse a cualquier nivel.

Un buen sistema de control debe estar basado en principios para que rinda los frutos de nuestro esfuerzo. He aquí los más importantes:

- 1) Controlar puestos ó áreas claves.- La optimización del control se logra más fácilmente cuando se aplica en puntos estratégicos identificados.
- 2) La realimentación.- Este principio consiste en ajustar las acciones futuras tomando como base las experiencias.
- 3) Flexibilidad.- Todo sistema de control gozará de una holgura capaz de aceptar condiciones cambiantes, pues de no ser así, originará situaciones alarmantes.
- 4) Adaptabilidad.- Consiste en diseñar un sistema de control de acuerdo con la magnitud de la organización. Esto es claramente la negativa a un sistema único de control.
- 5) De efecto directo.- Deberá existir un contacto directo entre el que controla y el que es controlado. No se pue

de cumplir con esta fase del proceso administrativo tomándolo como una asesoría, es menester convivir con lo que se controla.

- 6) Psicológico.- Por muy bien diseñado que esté un sistema de control es posible que falle por las diferentes reacciones desfavorables que puede presentar el elemento humano ante la presencia del sistema.

Para su mayor efectividad es conveniente utilizar el control sin omitir estos principios, pero además realizarlo según el desarrollo de sus 3 etapas:

- a) Estableciendo estándares, es decir, la determinación de criterios que servirán de guía a la cual debemos ajustarnos.
- b) Comparación de resultados, es decir, medir los efectos reales con los estándares establecidos, y así, hacer resaltar las variantes ocurridas durante la ejecución de los planes.
- c) Corregir las variantes, esto es, orientar los planes hacia un mejor acercamiento de los criterios implantados para desempeñar más eficientemente las actividades.

des futuras.

Como un verdadero sistema integral las fases del proceso administrativo no pueden adaptarse a ninguna empresa en forma independiente, ni tampoco de manera irregular. Para lograr su mayor efectividad es necesario aplicar el proceso - paso a paso, hasta culminar con la última fase que vendrá a dar el sello de conocimiento del difícil arte de administrar.

Evaluación y revisión del Proceso Administrativo.-

En todos los tiempos el hombre ha sido objeto de una - - constante evaluación, por lo que siempre se hacen evaluaciones y calificaciones de todas las personas que nos rodean, - dependiendo de los actos que ejecutan en el curso de la vida. De idéntica forma, al referirnos a negocios, mental y - objetivamente, nos formamos un juicio referente al gerenteadel procedimiento que aplica un jefe para cumplir con sus funciones.

Los resultados marcarán el grado de eficiencia con que - ha sido aplicado el proceso. En empresas que verdaderamente satisfacen una necesidad social, es más lamentable su desaparición del ámbito comercial o industrial, siendo este he-

cho suscitado en variadas ocasiones por una mala ejecución del proceso. Se hacen verdaderos esfuerzos por encontrar un sistema capaz de ser admitido como un patrón para diagnosticar el grado de eficacia, con que se pueden cumplir todas las funciones administrativas, más sin embargo, el responsable de la dirección de una organización, es decir, aquella persona que ha sido revestida de autoridad para ordenar a los subordinados, goza de un privilegio que se convierte en una alta responsabilidad en el momento crítico de rendir informes que reflejan los resultados de un esfuerzo administrativo.

Por general y natural aceptación, la acción de los hombres es siempre susceptible de ser mejorada, por lo tanto de hacer una revisión completa y periódica del proceso administrativo, dependerá que algunos síntomas o indicaciones que pueden ir apareciendo de manera repentina y acumulada pueden ser atendidas oportunamente, tales como: un exceso de rotación de personal, pérdidas económicas, traslapes de áreas de autoridad, conflictos sindicales, disminución del volúmen de ventas, etc.

Otra razón muy importante para efectuar la revisión del proceso administrativo, es la competencia, puesto que una empresa que convierte en monótono su sistema, es posible -

que no detecte las lentas transformaciones que sufre el -- mercado o bien, que no esté preparada a los cambios bruscos y preferencias de los consumidores.

En otras palabras, el propósito de efectuar la revisión del proceso, es el de descubrir todo tipo de fallas e ineficiencias que limitan el normal crecimiento de la empresa, orillándola a una posible quiebra y dejando el mercado en poder de la competencia.

El principal problema con que se tropieza el querer evaluar la eficiencia de un proceso, es la dificultad que presenta el valorizar la acción humana, subjetiva en muchos casos, y la problemática de obtener datos de informes adecuados.

Las técnicas más aconsejables para llevar a cabo la revisión del proceso, son:

A) Investigación.

a-1 Interna

a-2 Externa

B) Observación.

b-1 De operaciones

b-2 De relaciones.

C) Análisis.

c-1) Estados financieros.

c-2) Contratos.

c-3) Otros informes.

5.- SU OBJETO SEGUN LA DEMANDA.

Se hace necesario estudiar cuáles son las actuales corrientes turísticas, hacia donde van dirigidas, y qué motivaciones sensibilizan al turista para poder satisfacer al demandante, así como qué preferencias tienen.

Pues en términos generales los demandantes, son la escencia en la curva de la demanda que resulta influenciada por aspectos, que determinan la elasticidad turística: los turistas que están a imposiciones laborales, sólo cuando tienen vacaciones, y otro sector que goza de grandes posibilidades económicas, muy importantes pues puede viajar en cualquier época del año.

Debemos tener en cuenta también, que existen razones que motivan los desplazamientos como personales, salud, religiosos y estas tres representan un 42%

ESCALA SOCIO-ECONOMICA

DEPENDIENTES

Profesionistas al servicio
de algunas empresas.

INDEPENDIENTES

Altos funcionarios banqueros

Empleados de oficinas privadas y públicas. Profesionistas independientes.

Comerciantes pequeños. Grandes comerciantes.

6.- DETERMINACION DE LA DEMANDA TURISTICA.

Partiendo del principio de que el consumidor o usuario, final es el eje del esfuerzo, de toda empresa, puedo decir que el turista es el fundamento de todo país y tesón por parte de la industria turística.

En aspectos generales, la base de la demanda turística, es la diferencia entre una demanda real o efectiva, que la obtenemos mediante el análisis de datos, y la demanda potencial, o factible que se toma en cuenta al planear los campos publicitarios y promociones.

Si realizamos un estudio mercadotécnico, para los bienes y servicios turísticos, debemos saber cuáles son los factores que influyen en la industria turística y su motivación.

LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA CREACION DE LA INDUSTRIA TURISTICA SON:

- 1.- CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.
- 2.- CALIDAD Y CANTIDAD DE LA OFERTA TURISTICA.
- 3.- CAPACIDAD ECONOMICA DE LA REALIZACION DE LOS VISITANTES.
- 4.- EXPERIENCIA PERSONAL DEL TURISTA.
- 5.- SITUACION DEMOGRAFICA Y VARIABILIDAD DEL CLIMA ASI COMO LA TRADICIONALIDAD Y EL FOLKLORE DEL LUGAR.

CAPITULO II.

" ANALISIS DEL TURISMO INTERIOR "

- 1.- Qué es el turismo interior.
- 2.- Causas que lo originan.
- 3.- Importancia del turismo interior.
- 4.- El turismo interior como fuente de trabajo.

1.- QUE ES EL TURISMO INTERIOR.

De los acontecimientos socio-económicos más sobresalientes y que más repercusión han causado en todos los ámbitos, es el ya célebre fenómeno del turismo.

De especial importancia en nuestro país es el turismo interior, y lo hemos considerado así porque en primer lugar disminuye la salida de divisas, y esto significa un ahorro a la economía nacional, en segundo lugar, disminuye la salida de los nacionales al promoverse y fortalecer el turismo interior, ya que nos es más conveniente estar prácticamente llamando la atención al extranjero para que nos visite, por lo cual allegamos divisas que servirán para equilibrar las balanzas comerciales y aumentar así el ingreso nacional, pudiéndolo redistribuir entre las clases marginales.

Por otra parte el turismo interior es uno de los grandes renglones de la economía que menos inversión requiere, para la creación de empleos. Otro aspecto social muy importante del turismo interno es que incrementa la amistad y la armonía entre los ciudadanos.

A pesar de que se dificulta la determinación cuanti

tativa del turismo interior, es evidente, que el auge alcanzado, sobre todo en época de vacaciones, es muy satisfactorio y elevado. Por lo consiguiente, nos sirven como fuentes de información para establecer este crecimiento-turístico, los datos esporádicos, proporcionados por delegaciones nacionales, agencias de trabajo, uno de los mejores brazos de trabajo, de transporte, hoteles, moteles, etc. que en numerosas ocasiones como en temporadas de vacaciones no se dan abasto para brindar a todos los turistas sus servicios por estar saturados, dado el alto volumen de ocupación en la atención que se les brinda a los visitantes.

Observando el turismo desde el punto de vista sociológico, puedo decir que es un producto de los factores inherentes a la condición humana, ya que para todo ser humano considero que la distracción y el reposo son muy necesarios, pues por medio de ellos debemos procurar un equilibrio emocional y una buena salud mental.

El turismo interior nos presenta igual estructura que el turismo regional e internacional, puesto que las motivaciones están determinadas por circunstancias similares para la realización de un viaje, estando integrado por:

- 1.- CONSUMIDORES. Miembros de la demanda real y potencial.
- 2.- DISTRIBUIDORES. Promotores y creadores de la oferta de bienes y consumo.
- 3.- SERVICIOS TURISTICOS. Es la parte oferente que más valor tiene dentro de la industria turística: hoteles, moteles, restaurantes, comercios en general y diversiones.
- 4.- TRANSPORTACION. Todos los medios de transporte para el turista.
- 5.- PARTICIPACION GUBERNAMENTAL. Son aquellas funciones correspondientes al estado en materia turística de coordinación, promoción, etc.
- 6.- FINANCIAMIENTO. Fuentes de crédito y aportación de capitales, tanto del sector oficial como de la iniciativa privada.

El Departamento de Turismo ha iniciado y adelantado significativos programas destinados a incrementar el turismo en todo el país. Estos programas resumidos indican

que el gobierno tiene perfecta conciencia de la situación a ellos, y por consiguiente se están elaborando planes a seguir para incrementar el desarrollo turístico.

2.- CAUSAS QUE LO ORIGINAN.

Las causas que originan al turismo son las siguientes:

A) SUBJETIVAS.

Necesidades terapéuticas.- Por necesidades curativas.

Deportivas.- Asistencia o participación en una manifestación de carácter deportivo.

Culturales.- También denominadas educativas o profesionales, con el deseo de conocer sociedades diferentes, asistir a acontecimientos muy especiales y participar de algún modo en la historia.

Religiosas.- Peregrinación a lugares santos o de especial devoción.

Sociológicas.- Lograr un mejor conocimiento del-

mundo en que se vive o por seguir una moda interesante.

Técnicas.- Utilización de un medio de transporte novedoso, ya sea particular (estrenar automóvil) o colectivo (nuevo modelo de aviación, inauguración de un vehículo distinto, como el barco, el autobús que se desliza sobre un colchón de aire).

Etnicas.- Regreso al lugar de origen para establecer lazos familiares o por motivos puramente sentimentales.

Económicas.- Obtener beneficios que ofrecen precios convenientes que permiten estancias más prolongadas y con un nivel de vida desacostumbrado.

B) OBJETIVAS.

Visitas a museos arqueológicos.

Visitas a centros deportivos.

Certámenes comerciales e industriales.

3.- IMPORTANCIA DEL TURISMO INTERIOR.

Existen varios ángulos desde donde se puede aquila-

tar la gran importancia del turismo, para la economía de nuestro país y el desarrollo del mismo pero, dos son los más importantes:

a) FENOMENOS SOCIALES.

b) FENOMENOS ECONOMICOS.

Considero que los fenómenos sociales son base para el turismo ya que son la comunicación humana, es el fomento del intercambio personal, ideas, conceptos y opiniones, así como la comprensión de las grandes diferencias individuales y colectivas.

Los fenómenos económicos porque la esencia del turismo se manifiesta mediante el intercambio de productos por valores, y éstos a su vez, por otros productos.

Otra razón muy aceptable, es que el turismo interno, exige la aplicación de técnicas modernas en todas sus aplicaciones o actividades relacionadas con el turismo. Este obliga a la realización de constantes y diferentes estudios sobre el aumento demográfico, la determinación del potencial del turismo nacional.

Siendo la causa más importante del turismo interno,

que es el único de los fenómenos sociales que tiene una -
aportación económica, sin negativa en la acelerada rota_
ción del dinero.

Sin embargo, el turismo receptivo que los alumnos -
consideran que viene a desarrollar y aumentar la balanza
comercial por los efectos de las divisas.

Los viajeros de ingresos medianos son los que compo
nen el grueso del turismo interior, por lo que habrán de
concentrarse los esfuerzos y ampliar el número de centros
turísticos en todo el país.

Se está tratando en todo el país de planear siste_
mas de financiamiento. con el fin de brindarle al ciuda_
dano la oportunidad de conocer todas las bellezas, luga_
res históricos, etc. contar con una equilibrada capaci_
dad de compra con un origen de una disminución de los pre_
cios y éste a su vez, respaldado por un volúmen de ven_
tas, podemos lograrlo:

1.- Persuadiendo a las autoridades gubernamentales -
para que brinden decididamente todo tipo de apoyo, en la
realización de programas tendientes a fomentar el turis_
mo interior.

2.- Notificar a los inversionistas privados, las ventajas que les reportarían si colaborasen en bien del turismo interior.

3.- Aplicar conocimientos científicos en la administración de tan importante empresa como es la turística.

Además de las ventajas obtenidas por el desarrollo y fortalecimiento del turismo interior, como se cumple con los objetivos sociales y económicos de interés para el país, tenemos otras ventajas.

a) Existen sectores que no pueden practicar el turismo exterior, absteniéndose de salir, recreándose y divirtiéndose con los numerosos atractivos del país.

b) Podremos atraer con el mejoramiento del turismo interno al turista extranjero.

Debemos tener siempre en mente que el programa turístico que llevemos a cabo, desde enfocarse primeramente a los aspectos de la planeación, como realidad del turismo interior, así como sus objetivos, procedimientos y ventajas.

La demanda interna del turismo está constituida por

el sexo, religión, condición económica y social, etc., - y que por lo cual surgen problemas como: variaciones cíclicas del movimiento turístico, aglomeración del turismo en unos cuantos centros de recreación, dificultad de llevar a cabo un control estadístico de las corrientes turísticas, deficiente infraestructura y equipo o necesidades de pronta inversión en super-estructura.

Por lo anterior se requiere, que el presupuesto nacional, en la rama turística, tenga un incremento destinado a la promoción del turismo interno. Así como para formar y desarrollar un programa de financiamiento dirigido a la clase media que forma lo esencial del turismo en general, de parte del sector privado y organismos descentralizados. Como ha sido llevada la publicidad y la promoción dentro de México y en las oficinas gubernamentales instaladas en el exterior, se han repartido millones de folletos, que contienen información turística en español y en inglés, así como al mismo tiempo se efectuaron presentaciones audiovisuales en perspectivas turísticas.

4.- EL TURISMO INTERIOR COMO FUENTE DE TRABAJO.

Al referirse anteriormente que el turismo es un ge_

nerador contribuyente en la situación económica y social en un pueblo, estamos conscientes que sus divisas no son indispensables.

El número de empresas que intervienen en el desarrollo turístico y el cúmulo de actividades emanadas del mismo, constituyen una gran fuente de trabajo en nuestro país, pues obviamente requiere la industria turística, la intervención del elemento humano para su planeación, ejecución y control. Por lo tanto, ofrece facilidades y sus tentos económicos el individuo, ya que en esta industria se presenta la ventaja de que la obtención del personal es más fácil y adaptable a sus necesidades y exigencias.

Proporcionar el turismo, debe ser el esfuerzo unido en todos los sectores relacionados, son muchas las actividades que se llevan a cabo al efectuarse el turismo, ya que constituye un gran número de empresas, las que contribuyen con el turismo y la mano de obra; siendo una fuente fundamental para que muchos individuos obtengan sus ingresos de las actividades turísticas.

Se presentan muchos y delicados problemas en los empleos en esta industria, en primer lugar, la estacionalidad, es decir, que la concentración del mayor número

de turistas en ciertas épocas del año, lo cual trae como consecuencia los problemas de la mano de obra, como los que enumeramos a continuación:

- a) Poco personal especializado.
- b) Contratación de empleos.
- c) Largas temporadas de desocupación.
- d) Desaparición de algunas actividades.

Desde luego que algunas empresas turísticas que resultan en un menor grado afectadas por la estacionalidad, ya que continuamente están saturadas de turistas extranjeros, que vienen a pesar de temporadas de vacaciones por diferentes razones, de manera que la empresa turística no carece de demandantes extranjeros, principalmente en los puertos, es muy común, por lo que tiene auge y su capital no descende, cubriendo así sus gastos, y además de que tiene la oportunidad de contar con un personal especializado en todos los departamentos.

Por el contrario, hay empresas en las que afecta tanto en la estacionalidad, que tienen que reducir al mínimo sus gastos, estas características son clásicas en hoteles, restaurantes, y transportes, por lo cual, se ven obliga-

dos constantemente a despedir personal, para reducir el pago de salarios, en ocasiones temporalmente, y en otras definitivamente.

Lo anterior produce una descompensación de acuerdo a los estudios de presupuestos y en muchas ocasiones se ven obligados a reducir los sueldos y salarios de quienes se quedan.

Menciono lo anterior, por haber tenido conocimiento de ello en una empresa turística, un hotel de prestigio en el extranjero, en el cual se presentó el caso anterior, y que aún a empleados que tenían varios años laborando en esa empresa, fueron recortados por estar representando un gasto excedente, que no era posible pagarlo.

En nuestros días uno de los renglones más altos en cuanto a los gastos para el turista es la alimentación, por lo tanto, es la agricultura y la ganadería las que salen muy favorecidas por esa demanda, lo cual origina más empleados. Más aún por ese renglón tan importante que es la alimentación en el turista en nuestros días, ha disminuido la afluencia turística, debido al impuesto gravado tan elevado que no debería existir.

De acuerdo a lo que menciono anteriormente, si la manera de promover el turismo es llevando a cabo las obras de infraestructura, es por lo mismo, la industria de la construcción, las que demanden de mano de obra especializada, en grandes cantidades y por bastante tiempo.

Pues bien, estando consciente de estos problemas y conociéndolos, podremos darle solución, promoviendo el turismo tanto interior como exterior, así como ayudar a superar y mejorar siempre los malos servicios, para tratar así de brindar el mejor servicio turístico.

CAPITULO III

EL TRANSPORTE, LA INFRAESTRUCTURA Y LA HOTELERIA
COMO ELEMENTOS DESICIVOS EN EL DESARROLLO DEL TU
RISMO.

CAPITULO III.

EL TRANSPORTE, LA INFRAESTRUCTURA Y LA HOTELERIA COMO
ELEMENTOS DECISIVOS EN EL DESARROLLO DEL TURISMO.

El desarrollo del turismo está vinculado a las condi
ciones sociales, económicas y tecnológicas experimentadas
sobre todo en el campo del transporte. Paralelo a éste, -
se tuvo que experimentar un desarrollo en la infraestruc_
tura necesaria para hacerle frente.

Esta vinculación lógica desde todos los puntos de -
vista, ha sido el factor determinante en el desarrollo -
del turismo moderno.

Regresándonos a la época prehispánica y colonial, po
drfamos mencionar que entre los primeros medios de trans_
porte que se utilizaron fueron el caballo y la rueda - -
(1525).

Para el año de 1830, dos empresarios de Estados Uni_
dos y Nueva Inglaterra comienzan a utilizar coches de fa_
bricación estadounidense del tipo Concord, cuya construc_
ción era muy resistente en ejes, ruedas y cajas, con el -
objeto de que pudieran soportar los pésimos caminos con -

que contaba el país. Este medio de transporte es aún lento e incómodo.

Después, con el deseo de los gobernantes de modernizar el país dotándolo de una infraestructura de comunicaciones nace el ferrocarril*1). En 1856 se formó la Junta Directiva de Caminos de Fierro, encargada del fomento ferroviario y que estaba presidida por Gregorio Mier y Terán, Manuel Payno, ex Ministro de Hacienda, declaraba en 1857, en la inauguración del servicio citado, la importancia del ferrocarril en las naciones "civilizadas" y sus favorables efectos en la economía, la agricultura y la paz de los pueblos. A estas alturas, ésta es una gran preocupación de los gobiernos mexicanos. Luis González, escritor de la época comentaba: Movidos por una fé ciega redentora y lucrativa de las modernas vías de comunicación, principalmente del ferrocarril, los gobiernos de Benito Juárez y Sebastián Lerdo de Tejada dedicaron lo mejor de su esfuerzo a construirlas con el concurso de compañías inglesas y norteamericanas. Ante la falta de recursos del gobierno; la turbulenta situación política del país, y la ausencia de empresarios nacionales audaces, esta situación se antoja lógica, aunque sus posteriores consecuencias ya se hacían ver. Con la entonces reciente intervención Armada Francesa, poco después de

*1) "Turismo, estructura y desarrollo" A. Jiménez M.

la norteamericana la participación de la inversión extranjera en el transporte originaba que se escribieran en un periódico de Mazatlán (EL PACIFICO) en 1880, que el porvenir de México se contemplaba a través del humo de las locomotoras y sus calderas, vaticinando con agudeza: Hoy la invasión es pacífica, y promete los felices resultados de que el norteamericano tienda su red de oro sobre la República entera. *2).

Para el año de 1884 el país contaba con un total de 5,846 km. de vías férreas.*3).

Estos no eran los únicos medios de transporte utilizados durante el siglo XIX, la burguesía nacional utilizaba el barco para viajar a Europa, y desde finales del siglo XVII se daban casos aislados, pero muy comentados de vuelos en globo, que no eran en realidad un medio de transporte, sino más bien, una práctica de élite y de aventura muy acorde con la época. *4).

Para 1887, se le da inicio al desarrollo automotriz y en 1903, llegan a México los primeros automóviles.

El automóvil trae como consecuencia la necesidad de otro tipo de infraestructura, acorde con las recientes - *2 págs. 14 y 15, *3 pág. 15, *4 pag. 16 "Turismo, estructura y desarrollo" A. Jiménez M.

innovaciones. Así se da el caso de que, sin haberse avanzado mucho en el tendido de vías férreas en México, se inician los esfuerzos por satisfacer las nuevas condiciones impuestas ya por el desarrollo automotriz para el primer decenio del siglo XX, que obliga a la construcción de la infraestructura de carreteras. *5)

La red de carreteras se expande y la importación que tiene el automóvil para los desplazamientos origina la primera asociación de su tipo: *6) En 1931 se crea la asociación Mexicana Automovilística.

La expropiación petrolera también influye en el desarrollo de la infraestructura y del turismo, porque contribuyen a facilitar el desarrollo de la red caminera y su tecnología. Así, durante el régimen de Lázaro Cárdenas se proyectan cada vez más carreteras que permiten comunicar al país. En este tiempo el viajero ya no busca únicamente los centros económicos del país, sino que empieza a buscarlos de tipo turístico. Esta motivación influye en la planeación caminera que se manifiesta cuando la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) construye la carretera entre la Cd. de México y Guadalajara, que además de unir las poblaciones de Toluca y Morelia, sigue

*5 Pag. 17 *6 Pag. 23 "Turismo, estructura y desarrollo"
A. Jiménez M.

un trazo complicado y difícil con el objeto de atravesar el paisaje de Mil Cumbres y el balneario de San José Purrúa.

A fines de la década el turismo es básicamente por carretera.

Esto es propiciado por los esfuerzos de Cárdenas, para crear la infraestructura necesaria para el desarrollo del país y que, con la expropiación, son de vital importancia. *7)

El desarrollo de la aviación en el primer tercio de este siglo es sumamente rápido. Desde el vuelo de los hermanos Wright, se han multiplicado las innovaciones derivadas de la investigación aeronáutica que es impulsada por la Primera Guerra Mundial. Después de este se produce una carrera internacional por el dominio de la tecnología aérea y el avión es perfeccionado continuamente. *8)

En Julio de 1921 se otorga la primera concesión aérea a la Compañía Mexicana de Transportación Aérea, S. A., que establece un servicio regular de pasajeros en la

* 7 pág. 23, *8 pág. 24 "Turismo, estructura y desarrollo"
A. Jiménez M.

ruta México-Tampico. Mario Bulnes y dos estadounidenses (William L. Mallory y George L. Rihil) obtienen en ese mismo año, la segunda concesión para esa misma ruta, formando la Compañía Mexicana de Aviación. La misma empresa constituye la primera aeropista civil en el país. *9)

En 1927, el vuelo de Lindberg, de Nueva York a París, sin escalas permite visualizar más claramente la importancia de este medio de transporte y su potencial futuro. *10)

Para fines de 1929 funcionaban, entre otras las siguientes empresas: Interamericana de transportes aéreos, Cía. de Transp. Pickwick Latino Americana, Cía. Mexicana de Aviación y Corporación Aeronáutica de Transportes. -- Juan Guillermo Villasana funda en 1928 la primera escuela de aviación civil. *11)

Después con la introducción del jet, en Octubre de 1958 se hace posible un notable avance en cuanto a la capacidad de pasajeros y la velocidad y alcance del transporte, facilitando y promoviendo los viajes de manera espectacular, con lo que daría la pauta para la masificación del turismo en la década de 1960. *12).

*9 Pag. 20 *10 Pag 21 *11 P.21 *12 P.35
"Turismo, estructura y desarrollo" A. Jiménez M.

Había nacido la era del jet y con ella, la del turismo masivo, auspiciado por el desarrollo de la tecnología aeronáutica y la importancia estratégica del avión. En palabras de Octavio Moreno: "Los hombres que hicieron posible el desarrollo del turismo a gran escala, a través de las líneas aéreas, ocultaron tras los argumentos de comprensión humana los fines reales de política que los impulsaban." *13

*13 P. 36 "Turismo, estructura y desarrollo"
A. Jiménez M.

Muy importante es el desarrollo de la hotelería que se relaciona con el transporte aéreo y su tecnología.

El desarrollo de la hotelería se reconoce como algo indispensable para poder incrementar el aumento de viajes. Sin embargo hasta este momento, la oferta hotelera de México se encuentra muy concentrada espacialmente y la inversión extranjera participa en alto grado en la oferta de mayor calidad en el país. Este es un fenómeno que se presenta en casi todos los países del mundo en subdesarrollo, debido entre otras causas a la falta de recursos económicos para proyectos de gran importancia necesarios para la construcción de hoteles de categorías más altas. Por otra parte, la inversión extranjera, frecuentemente manejados por cadenas internacionales, ya habían desarrollado un cierto nivel de complejidad empezándose a operar sistemas automotrices de reservaciones que elevan el grado de eficiencia de la operación. *14 P.56.

Las cadenas hoteleras llenan un vacío en la oferta adecuada de establecimientos y son necesarias para satisfacer la demanda extranjera, en continuo crecimiento.

Para el 4 de Noviembre de 1956 nace FOGATUR, cuyos objetivos son auxiliar al inversionista nacional a desarrollar hoteles, "para que el mexicano pueda ser con el tiempo, aunque lentamente pero de manera segura, propietario en buena proporción de esta industria". *15, P.57.

* 14 P. 56

* 15 P. 57

"TURISMO, ESTRUCTURA Y DESARROLLO" A. Jiménez M.

CAPITULO IV.

"LA PROMOCION: ELEMENTO BASICO EN EL TURISMO"

- 1.- La promoción como un instrumento de la Administración.
- 2.- Necesidades de llevar a cabo un programa promocional.
- 3.- Bases para la promoción.
- 4.- Medios auxiliares de los elementos de la promoción.
- 5.- Quienes pueden ser promotores.
- 6.- En qué ocasiones debemos aplicar la promoción.
- 7.- Financiamiento de un programa promocional.
- 8.- Posibilidades de fracaso en la promoción.

1.- " LA PROMOCION COMO INSTRUMENTO FUNDAMENTAL DE LA - ADMINISTRACION".

En cualquier tipo de empresas, industrial o comer_cial, además de los esfuerzos conjuntos del proceso adm_inistrativo, del establecimiento de objetivos, políticas y metas, no podremos dejar de reconocer la función tan importante con que cumple la promoción, ya que es un me_dio fundamental de superación de toda empresa.

La promoción se puede enfocar a tres diferentes pun_tos entendiendo por promoción:

a) A la empresa, y se dice que es un conjunto de técnicas encaminadas a elevar a un nivel superior el prestigio y potencial económico en relación con la competencia y siempre teniendo como meta alcanzar el mayor éxito.

b) A una actividad o servicio puedo decir, que la promoción es todo aquel esfuerzo realizado por un hombre o un grupo de hombres cuando descubren oportunidades de negocios para su explotación y la subsecuente obtención de fondos y propiedades siendo su propósito lograr utilidades a través de ellas.

c) A un producto, esto es, cuando parte del esfuerzo mercadotécnico, hace posible la presentación física del producto en calidad de prueba o regalía, ante el consumidor o usuario final.

La promoción que necesariamente requiere la industria, del turismo para su efectividad, incluye los tres enfoques dados a la promoción, puesto que la industria turística está integrada por empresas, servicios y bienes de consumo, ya que interrelacionadas convierten a la industria del turismo en un conjunto de empresas.

Sintiendo la necesidad de aplicar la promoción en la industria del turismo, lo sostengo y defino su significado, bases, significación, clasificación, principios y también esclarezco quiénes llevan a cabo la promoción.

2.- NECESIDAD DE LLEVAR A CABO UN PROGRAMA PROMOCIONAL.

Para mí, es una condición indispensable para lograr el mayor incremento en la afluencia turística que se recibe, la elaboración de un programa promocional en la que están incluidos todos los recursos tanto históricos, culturales como artísticos y atractivos turísticos que po-

see el país, principalmente de aquellos cuya belleza puede atraer un mayor número de turistas.

El plan de promoción que sea elaborado, debe buscar relevar al máximo, del número de días de estancia del turista, ya que así se incrementa el gasto de los mismos, así como también deberemos dirigir la corriente de visitantes hacia los lugares de interés turístico, los cuales son muy diversos, con lo que con ella obtendremos una derrama mejor del gasto turístico de la nación y así buscamos la diversificación.

Al elaborar un plan promocional, deberé primeramente, analizar las condiciones en que se encuentran los diferentes sitios de afluencia turística, ya que deberemos de dar mayor fomento y tenerse en cuenta, las facilidades de comunicación y servicios que van a ofrecerse al turista, siendo tan importante será preciso satisfacer, en primer término, las necesidades de infraestructura y el debido equipamiento que demandan estos sitios o centros, de manera que el esfuerzo promocional que se haga rinde resultados y beneficios óptimos y siempre elogiables.

La importancia medular para que se lleve a cabo un-

programa promocional, en pro del desarrollo turístico, es siempre lograr un desenvolvimiento adecuado y una coordinación eficiente de todas las empresas conexas a la industria turística.

Para lograr lo anterior, le corresponde a la Dirección de Turismo, organizar campañas que abarquen de una manera fundamental los aspectos siguientes:

1.- CONCIENCIA TURISTICA: Se debe poner especial cuidado y empeño en inculcar como deber civil en todos los ciudadanos, el sentido tan importante que tiene el turismo, particularmente en aquellos grupos o sectores cuyas actividades se relacionen con la prestación de servicios turísticos.

2.- TURISMO NACIONAL: Debemos buscar todos los medios que hagan posible el desarrollo de este importantísimo aspecto del turismo, haciéndolo posible mediante la organización de viajes, excursiones y convenciones en las distintas regiones del país, sugiriendo los sitios de más atractivo con los planes a más bajo precio.

3.- PROMOCION EN LOS CENTROS TURISTICOS: Un Centro-

Turístico es un lugar que cuenta con los suficientes - - atractivos para estimular la visita de un importante número y cada vez mayor de viajeros, así como a los satisfactores para cubrir las necesidades básicas de dichas - personas.

Lo anterior me permite considerar la conveniencia - de que la explotación del turismo radica exclusivamente en ofrecer a la eventual demanda, todos aquellos lugares de interés histórico y cultural, teniendo para ello necesario reforzar y acondicionar los recursos naturales, ya que éstos son de gran atracción estética y que complementan el deseo del turista en forma llamativa y satisfactoria.

4.- COOPERACION INTEGRAL: Esta fase surge de la campaña para inculcar la conciencia turística, y esta no se manifiesta solamente como un sistema efectivo de cooperación y coordinación, sino como una aportación que cada una de las empresas, relacionadas con el turismo, hace en beneficio de la industria turística.

Esta campaña de cooperación integral es proyectada, principalmente a todos aquellos directores, funcionarios reporteros de periódicos y revistas, camarógrafos de - -

cine y televisión y comentaristas de estos medios, que de alguna manera contribuyen, de una forma muy importante, a hacer del conocimiento general los principales hechos y acontecimientos, y así, auspician la promoción turística del país como un objetivo común para todos los ciudadanos.

5.- ATENCION Y FACILIDADES A LOS VISITANTES: A la Dirección de Turismo le corresponde hacer del conocimiento y hacerles notar a todos los sectores conectados o relacionados directamente con el turismo, lo importante de esta misión que tienen asignada como un deber cívico y de prestarle siempre al turista como género de ayuda y atenciones de una manera amable y cortés, para que lleven una agradable y positiva imagen del lugar y sus ciudades.

En cuanto a los centros de atractivos turísticos, el gobierno debe asumir dos importantes funciones: la empresarial, que surge en caso de que la población carezca de lo indispensable, para convertirse en un sitio de interés turístico, y en las cuales el sector privado no cuenta con incentivos para invertir, entonces es cuando el sector público tendrá que realizar la explotación de dichas poblaciones.

El mejor instrumento con que cuenta el gobierno y tiene a su alcance para dirigir la atención del sector privado hacia los lugares que se deseen fomentar, es el sistema fiscal ya que mediante estos estímulos podría favorecer y fomentar el establecimiento de centros recreativos de todo tipo, siempre con el objeto de poder ofrecer lo mejor que sea posible y el mayor número de incentivos al turista.

La otra actitud del gobierno es de tener como misión de regulador especialmente cuando se trata de centros turísticos desarrollados y en los que sólo se requiere ofrecer ciertos estímulos a la iniciativa privada para que ésta proceda a su equipamiento y explotación.

Por otra parte se ha creado el Departamento de Turismo como órgano autónomo dependiente del Poder Ejecutivo Federal, marcando con ello el inicio de una nueva etapa de la política administrativa relativa al turismo y que señala la importancia que esta actividad ha alcanzado en la vida económica del país.

Las acciones que se emprenden para promover al turismo y las obras ejecutadas en ese contexto son congruentes en la filosofía de ofrecer al turista la historia y -

el folklore las costumbres nacionales y las danzas populares. También se observan intentos por coordinar al sector que en estos momentos se caracteriza por la dispersión de esfuerzos y la ausencia de controles sobre los prestadores de servicios.

El ejecutivo Federal le encarga al Departamento de Turismo la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo Turístico, cuyo objetivo es mostrar las tradiciones y la historia principalmente, mejorar los medios que faciliten al turista el viaje, así como tratar de crear una impresión favorable de lo que observa en el lugar visitado. De esta manera, los programas específicos que se contemplan son:

- . Ampliar la red nacional de caminos.
- . Mejorar y construir obras públicas (drenaje, alumbrado, pavimentación) en algunas ciudades receptoras de turismo.
- . Remodelación, estudio y recuperación de zonas arqueológicas, así como de monumentos arquitectónicos coloniales.
- : Establecer una política hacendaria que incluya la

industria hotelera en las actividades de fomento, lo que significa una mayor canalización de los recursos bancarios hacia aquellos.

Se crea el Consejo Nacional de Turismo, como órgano de consulta y asesoramiento de las autoridades federales de turismo. Sus funciones, en un primer momento, son promover el turismo nacional y extranjero y estudiar la realidad del turismo.

El conjunto de acciones que se inician en ese tiempo darán origen a un desarrollo programado de los atractivos y la infraestructura que, aunado a la coordinación de los esfuerzos de los diferentes intereses involucrados, mejoraría significativamente lo realizado hasta el momento en ese campo.*1.

Para corroborar que se han llevado a cabo los programas anteriores de una manera satisfactoria, podemos tomar como ejemplo, del libro "Turismo, estructura y desarrollo" de A. Jiménez M. la realización de una serie de obras de restauración y de conservación en los siguientes lugares: Teotihuacán, Palenque, Tzintzuntzan, Comacalco, El Tajín. La Quemada, Mitla, Uxmal, Acolman, Huejotzingo, Tlaxcala, Santo Domingo, (Oaxaca); Tepotzo -

*1 Pag.93 "Turismo, estructura y desarrollo" A. Jiménez M.

tlán (museo de arte virreinal), San Juan de Ulúa, Ex Convento de Churubusco, Ex Convento de Culhuacán, Museo de Guadalajara, Ex Convento de la Merced, Unidad Urbana Tlateolco.

También se construyeron el Museo de Arte Moderno, y el Museo Nacional de Antropología e Historia.

Después se incorporaron las Grutas de Cacahuamilpa en Guerrero; La instalación del espectáculo de luz y sonido en Teotihuacán y Uxmal; el acondicionamiento de Tepotzotlán y la restauración arquitectónica del Ex Convento de Acolmán; Ex Convento de Montserrat en el D.F. y - - otros menores como el Molino de las Flores en el Estado de México y el Fuerte de San Diego en Acapulco.

Más tarde se construyeron albergues juveniles, centros de descanso, restaurantes y hoteles. Se integraron circuitos turísticos, como el de las Misiones del Padre Kino, Circuito Mar de Cortés, Circuito del Centro de la República, Circuito de la Independencia y la llamada Ruta Maya del Sureste.

Para 1967, se ponen en servicio los siguientes museos: el de las Culturas (D.F.); el Regional de Queréta

taro, Casa de Morelos (Cuernavaca, Morelos); Casa de Morelos (Ecatepec, Edo. de México); Museo del Fuerte Bacalar (Quintana Roo); y se iniciaban los trabajos preparatorios de la Pirámide de Cholula y de los Templos Coloniales de la Ciudad de México.*2

La mayor parte de los turistas extranjeros son de origen estadounidense, para los cuales el medio de transporte terrestre es el más importante (al menos el 50% se desplaza por automóvil). Este hecho influye en la planeación de los circuitos que se inician y terminan básicamente en la frontera norte. Paralela a esto, se toma otra acción de preminencia en el auxilio al turista: al iniciarse la década, al Departamento de Turismo pone en servicio las radiopatrullas conocidas como "Los Angeles-Verdes" que ayudarían importantemente al desarrollo del turismo nacional y extranjero por carretera. *3.

* 2 Pag. 93

* 3 Pag. 99 "Turismo, estructura y desarrollo" A. Jiménez M.

3.- BASES PARA LA PROMOCION.

Considero que para lograr el objetivo principal, de la promoción de una empresa, es crear éstas y cada vez - más y mejorar hasta donde sea posible las ya existentes, y que como puntos de referencia debemos considerar en la promoción de una empresa, servicios y productos, o bien para su mejoramiento, enumero las siguientes bases:

- a) FUNCIONES QUE DESEMPEÑA O DESEMPEÑARA LA EMPRESA.
- b) CLASE DE PRODUCTO O DE SERVICIO.
- c) SITUACION GEOGRAFICA.
- d) CLIENTELA REAL O POTENCIAL.
- e) SECUENCIA DE LAS OPERACIONES.
- f) DURACION.
- g) MAQUINARIA Y EQUIPO.

Al tener como bases para el desarrollo de un programa promocional las anteriores, sabemos que una política en materia de promoción turística requiere de cuidadosos exámenes de todas las variadas técnicas que existen destinadas a persuadir en el difícil arte de vender.

La promoción turística cuenta con tres elementos primordiales, que comprenden la planeación de un programa

ma promocional y son los siguientes:

- A) PROPAGANDA.
- B) PUBLICIDAD.
- C) RELACIONES PUBLICAS.

PROPAGANDA.- Defino la propaganda turística como: - el conjunto de necesidades, actividades y medios encaminados a divulgar los bienes y servicios turísticos que integran el patrimonio de un lugar, región o país, con el objeto de llamar la atención de los turistas potenciales y así motivarlos a realizar el viaje.

La propaganda turística puede ser directa o indirecta. La propaganda directa o bien organizada, cuando corresponde y responde a un plan previo, siempre tiende a divulgar los bienes y servicios, que forman el patrimonio turístico.

La propaganda indirecta es cuando el turista o visitante está siempre satisfecho de su estancia y se hace portador de una impresión agradable del lugar, transmitiéndolo a otras personas.

PUBLICIDAD.- Es el arte de hacer público, notorio -

y deseable un determinado lugar, una región o un país -- al igual que los bienes y servicios existentes, siendo esta difusión pagada, que es lo que la diferencia de la anterior.

RELACIONES PUBLICAS.- Es la función ejecutiva de carácter permanente y organizado mediante la cual una institución busca obtener y mantener la comprensión, simpatía y colaboración de quienes con ella tienen o pueden tener algún contacto.

4.- MEDIOS AUXILIARES DE LOS ELEMENTOS DE LA PROMOCION.

1.- AGENCIAS PUBLICITARIAS.

2.- MATERIALES INTENSOS.

A) FOLLETOS, carteles, guías y noticieros.

B) LIBROS informativos, boletines, guías comerciales.

C) Mapas, planos, tarjetas postales.

D) Señales y anuncios en carreteras.

3.- RELACIONES CON OTROS ORGANISMOS PUBLICOS Y PRIVADOS DEL TURISMO.

- 4.- RELACION CON LA OFICINA DE CONVENCIONES.
- 5.- PERIODISTAS, FOTOGRAFOS Y COMENTARISTAS.
- 6.- PRACTICAS DE CONCURSOS (exposiciones, danzas, - música, artesanías, teatro, etc.).
- 7.- MEDIOS AUDIOVISUALES:
 - a) cine, radio y t.v.
 - b) diapositivas, fotografías.
 - c) conferencia, sellos y sobres.
 - d) discos y cintas magnetofónicas.

5.- QUIENES PUEDEN SER PROMOTORES.

Las actividades de un promotor no se pueden clasificar como un simple trabajo, pues su responsabilidad es mucho mayor y es siempre proyectada más allá que la del trabajador y la del capitalista.

El promotor debe poseer cualidades innatas, así como conocimientos y experiencias, ya que sus funciones son muy peculiares, especialmente el tener habilidad para poder pronosticar, preveer y controlar una actividad. Debe ser un hombre íntegro, estar siempre con entusiasmo y contar con un espíritu abierto a todo tipo de sugerencias de un gran sentido, del deber y de juicio; ser -

especialista en percibir las necesidades de los sectores - en que giran sus intereses, para que esté formado de la - demanda pública y ser siempre capaz de satisfacerla con - todos los medios a su alcance.

Para la creación de nuevas empresas, productos o ser - vicios, las ideas emanan generalmente de los tipos de pro - motores siguientes:

1.- EMPRESARIOS. Son aquellas personas que por su - experiencia en el ambiente donde se desarrollan en sus ac - tividades se dan constante y claramente cuenta en las mo - tivaciones de la demanda, creando así nuevos negocios y - haciendo una reestructuración de los ya existentes.

2.- BANQUEROS INVERSIONISTAS. Son todos aquellos al - tos funcionarios de instituciones bancarias que esporádi - camente hacen funciones promotoras, no iniciando éstos - las nuevas empresas, pero sí investigar a las compañías - que requieren y solicitan capital y así deciden si se in - vertirán fondos o no.

3.- PROMOTORES FINANCIEROS. Estas personas o institu - ciones tienen sus propios elementos financieros.

4.- PROMOTORES PROFESIONALES. Son aquellas personas que se dedican únicamente a la búsqueda de oportunidades y arreglos convenientes para realizar la promoción. En varias ocasiones, éstos se encuentran como asesores en las empresas, y como consultores en otras. Estas personas deben tener una gran preparación técnica, jurídica y financiera, así como una considerable experiencia para poder servir eficientemente a toda empresa, así como personas en bien de toda la comunidad.

6.- EN QUE OCASIONES DEBEMOS APLICAR LA PROMOCION.

La promoción refleja excelentes resultados, pero creo que no debemos confiarnos demasiado, pues es preferible -- realizar una investigación detallada para poder determinar así, si se amerita la promoción, debiéndola aplicar en los casos siguientes:

1.- Cuando se crea un nuevo negocio y en que exista una gran competencia. Donde el promotor estime que las demás empresas en sus líneas, están obteniendo óptimas ganancias y poder pensar que su participación en el mercado puede ser o rendirle, buenos frutos, después de razonar -- que un mayor volúmen en la producción total, aumenta la --

oferta, pudiera ser que la demanda fuera estática, puede bajar el costo del bien y la utilidad tenderá a reducirse.

2.- Un nuevo producto o servicio se crea: con la invención de un producto o de un servicio como en la industria turística, que viene a satisfacer una necesidad o un gusto solamente dentro del mercado, da origen a una nueva en la que se pueden visualizar magníficas utilidades.

3.- La innovación de un producto o servicio. Este tipo de promoción se presenta con más frecuencia en el ambiente comercial e industrial y el promotor deberá contar con la habilidad suficiente, para precisar al momento de salvar hasta donde sea posible a la empresa cuando se tratara de quiebra, aquí es donde deberán entrar la iniciativa y el ingenio del promotor, que se deben conjugar para lograr la innovación al menor costo posible en el diseño, características y salidas de los productos y servicios.

La misión del promotor deberá ser descubrir, financiar y ensamblar todos aquellos elementos que son vitales para lograr el mayor éxito en la empresa.

4.- Cuando están conjugadas varias empresas en una integración lateral, el promotor tratará de nulificar la-

competencia formando grandes monopolios, que controlen la industria.

5.- Cuando existe la combinación de una o mas empresas de distinta naturaleza, cuyas acciones puedan ser vendidas al público cuando el negocio instalado es absorbido, por otra sociedad, se puede proporcionar el efectivo necesario, para que sean comprados los intereses a los propietarios originales como los compradores de materia prima.

PAGOS.

La función del productor debe dividirse en tres partes para lograr sus propósitos: siendo básicos las siguientes:

- 1.- El descubrimiento de una idea.
- 2.- La investigación.
- 3.- El financiamiento.

1.- Nace una idea cuando se determina que hay oportunidad que puede ser aprovechada, ésta deberá estar sólidamente fundada y juzgada teniendo como base el entusiasmo, no el optimismo.

2.- En cuanto a la investigación, estudiando la idea y los elementos que componen el negocio en promoción debe ser biobal, detallada y de ajuste. Esto se refiere al análisis que se hace de todos los factores que resultan - - afectados en la promoción: mercado de la industria, empresa, sistemas gubernamentales y principalmente la situación económica del país.

La investigación detallada, concentra todo el esfuerzo previo a la toma de decisión y debemos de considerar - aspectos como: planeación, estudio de técnicas, organización jurídica, financiamiento, condiciones de trabajo y - materiales que serán consumidos.

La investigación de ajuste no se llevará a cabo hasta que hayan terminado todos los estudios de los resultados de la investigación detallada y naturalmente, que éstos sean satisfactorios y así se pondrá en marcha la empresa. Se hará la adquisición de maquinaria, terreno, - - construcción y la alización de escrituras, etc.

Para estar seguros de la investigación, realizada y de que se aplicaron los métodos correctos en la obtención de los datos, se hace una revisión con los métodos siguientes:

A) EXAMEN DEL INFORME. Consisten en buscar todos los documentos y papelería, la presencia de errores aritméticos de falso razonamiento o de confusión.

B) REVISION POR COMPARACION. Este método va a comparar los resultados de los métodos y va a compararlos con los de otras empresas, siendo su principal objetivo encontrar una unidad de referencia o de base en comparar.

C) REVISION POR ENSAYO. Cuando los costos de operación del programa son muy altos, por lo que se hacen pruebas preliminares que nos servirán para descubrir deficiencias y anomalías, que nos ocasionarían elevados costos si se presentaran.

7.- FINANCIAMIENTO DE UN PROGRAMA PROMOCIONAL.

Puedo mencionar algunos principios que debemos considerar y que sirven de referencia cuando se trata de financiar la promoción, de una empresa, producto o servicio. - Considerando los siguientes como principales:

1.- Debemos obtener datos estadísticos precisos con el fin de prever con más seguridad el futuro de la empresa.

2.- Deberemos asegurar la coordinación de todas las operaciones, instituyendo un buen sistema contable para controlar objetivamente las operaciones.

3.- Es necesario hacer uso de todas las fuentes de capital posible. No reducir el capital en inversiones extrañas a la empresa, para que siempre exista suficiente dinero para hacer frente a emergencias imprevisibles.

4.- Preveer y no proyectar el eventual uso de los egresos.

5.- Crear un buen plan financiero hecho minuciosamente.

6.- Proyección del activo acumulado.

La función económica del productor se hace patente cuando la empresa alcanza su máximo desarrollo.

8.- POSIBILIDADES DE FRACASO EN LA PROMOCION.

Cuando el promotor ha tomado las precauciones necesarias y han sido satisfactorias, la empresa se encuentra -

convenientemente preparada y debemos esperar óptimos resultados.

Desde luego no debemos olvidarnos del principio: "A mayor riesgo, mayor utilidad" precisamente porque ha sido mayor el esfuerzo esperado así como el éxito. Ya que las decisiones que toma la dirección, serán estudiadas con detalle y conocimiento pero siempre se tiene: riesgo, incertidumbre e ignorancia.

A) RIESGO. Es cuando la toma de decisiones se hace conociendo analíticamente el problema y siempre hay probabilidades de que se presente alguna variante.

B) INCERTIDUMBRE. Se nos presenta solamente cuando conocemos bien el problema, pero no tenemos conocimiento sobre la probabilidad de las variantes.

C) IMPORTANCIA. Se presenta cuando definitivamente desconocemos el problema y las probabilidades de las variantes.

CONSIDERO QUE EL FRACASO DE UNA PROMOCION PUEDE SER POR LAS SIGUIENTES RAZONES EXPUESTAS A CONTINUACION:

- 1.- Exagerado optimismo o por el contrario, un destructor pesimismo.
- 2.- Incorrecta interpretación o realización de la investigación.
- 3.- Un mal análisis del plan financiero.
- 4.- Deficiente asesoría y técnica promocional.
- 5.- Falta de claridad y precisión en los contratos.
- 6.- Negligencia en el cumplimiento de las obligaciones fiscales y legales.

Me parece conveniente aplicar, en todo programa promocional el proceso administrativo, para lograr la mayor eficiencia y los resultados esperados.

Ya que la promoción en el turismo debe seguir, todos aquellos lineamientos trazados por la política gubernamental, que preferentemente estará encaminada a incrementar la demanda del turista nacional y extranjero. Deberá reflejar una buena imagen del lugar.

Para desarrollar un programa para el fomento del turismo, deberá tenerse presente, los resultados de una investigación mercadotécnica del turismo del país, y de esta manera, podremos pronosticar el grado de desarrollo alcanzado, el nivel cultural de la población y así representar toda la estructura y calidad de la industria turística.

CAPITULO V.

AUMENTO EN LA INVERSION TURISTICA: FACTOR FUNDAMENTAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO.

- 1.- La importancia del turismo en la economía nacional.
- 2.- Fuentes de financiamiento.
- 3.- Particularidades de las Empresas de participación Turfstica.

1.- LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMIA NACIONAL.

Las frecuentes resoluciones tomadas por los organismos, instituciones y congresos internacionales y regionales, ponen de manifiesto la creciente importancia que se está reflejando en la preocupación del gobierno por atraer y desarrollar esta industria, promoviendo e incrementando todas sus fuentes y corrientes.

Estamos palpando cada vez más, que el turismo internacional en la actualidad, es una actividad económica y muy dinámica que está creciendo a pasos agigantados, más que cualquier otro sector de la economía.

Considero necesario mencionar la importancia del turismo dentro del marco económico del país, por los negocios que genera el dinero gastado por los turistas, y los altos impuestos que crea el gobierno de éstos, ya que son creados para las necesidades, y los servicios turísticos, ya que a su vez el gobierno desembolsa para cumplir sus obligaciones y objetivos para el desarrollo turístico.

Otro aspecto muy importante que es el dinero gastado por el turista, constituye un flujo de capital siempre -

circulante.

Exigiendo la demanda turística gran número de inversiones pero éstas no indican la situación económica del país, ya que si son altas, claro que tendrá el país un alto desarrollo económico.

Son los sectores públicos y privado los encargados de fomentar el índice de inversiones hasta en las regiones de pocos recursos, en el campo industrial, comercial, agrícola y de atractivos turísticos. Por otra parte del gobierno las de infraestructura, todos los servicios de transporte y comunicación y así deberán los inversionistas construir hoteles, restaurantes y centros de diversión que atraigan la visita de nacionales y extranjeros, por ejemplo lo que el turista gasta en compras, favorece al sector comercial y estos productos, que en el producto nacional bruto son indicadores de lo que produce a la economía en determinado tiempo.

Año tras año el impacto del turismo se nota más en el ingreso nacional. Este es el total de remuneraciones que reciben los dueños de los factores productivos: capitales, organización, trabajo y tierra en forma de intereses, sueldos, salarios y renta.

No resulta difícil precisar el monto de los ingresos derivados de las actividades turísticas en el extremo mercado de bienes y servicios a veces ni por parte del gobierno, pues debemos llevar un control estadístico basado en el número de turistas, tiempo de estancia y un monto promedio de gastos por cada uno de ellos.

El aumento en la inversión motiva un incremento en el ingreso nacional, este incremento resultará un número mayor de veces al aumento neto de la inversión. En países donde las fugas que ocasiona el turismo interior o en los que el índice es menor y por lo tanto el dinero circula lentamente.

Para lograr el mayor desarrollo habrá que tecnificar las promociones y campañas publicitarias y multiplicar los esfuerzos, de los sectores públicos y privados, ya que las corrientes turísticas originan una demanda de bienes y servicios.

Por lo consiguiente considero al turismo como una fuente de actos de consumo por lo siguiente:

- 1.- Porque la industria turística actúa efectivamente en la creación de empleos, surgiendo nuevas activida-

des, surgiendo la mano de obra, en campañas hoteleras, -- restaurantes, agencias de viajes, etc., disminuyendo las fugas de los locales y corrige el ausentismo y despreocupación de las labores.

2.- La repercusión del turismo en la balanza de pagos, ya que se considera como una importación y exportación. Es el problema concreto el turístico-económico en todos los países, siempre queriendo lograr que las exportaciones sobrepasen las importaciones o fugas de divisas.

3.- Provocación como efecto del turismo de cambiar de costumbres y hábitos, así como deseos y actitudes y ambiciones, en numerosas sesiones favorables al aprovechamiento y explotación de recursos naturales, o por lo contrario desfavorables, pero más cómodas.

4.- El intercambio de productos por valores en los bienes y servicios casi siempre se efectúa al pago inmediatamente, eliminándose así el riesgo de recuperabilidad. No siempre el consumo más importante del turista es la -- destrucción de los objetos consumidos.

5.- Hay necesidad de realizar estudios, efectuar promociones, observar la capacidad de consumo, del turista.

Considero que desde el punto de vista meramente económico, el turista es una fuente de desarrollo que se interesa en todas las actividades del hombre, desde la creación de empleos, realización del comercio, fabricación de bienes y servicios, redistribución del impuesto fiscal, animación a los inversionistas, impulso a la urbanización y saneamiento y fomentar el mejoramiento de los servicios turísticos.

Debo mencionar que una de las ramas más beneficiosas por el turismo es la agricultura.

2.- FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

Los desplazamientos turísticos, tanto nacionales como extranjeros, originan la creación de la demanda de bienes y servicios, reflejándose un aumento de producción y creando cambios en la estructura económica y comercial. Ya que el turismo es un instrumento satisfactor de demanda en el mercado, por el conjunto de compradores y vendedores que hacen intercambio de sus productos y valores.

Por otra parte, las características tan amplias del turismo, han dado como resultado el surgimiento de la in-

dustria del turismo, y han surgido los promotores responsables de la planeación, fomento, desarrollo y promoción de las actividades turísticas. Los promotores son las instituciones, organismos o grupos que incrementan al turismo.

Al igual que otras industrias y empresas, considero que el turismo para su desarrollo y sostenimiento requiere del capital necesario para destinarlo a inversiones -- promocionales, así como para financiar los sueldos y salarios del personal.

Los gastos que tiene una oficina de turismo son elevados ya que sus obligaciones y compromisos ameritan un presupuesto adecuado para éstos.

- 1.- Participación financiera del gobierno.
- 2.- Participación financiera de la iniciativa privada.
- 3.- Préstamos otorgados por los organismos extranjeros como el BID.
- 4.- Reservas y utilidades propias.

Ya que estos financiamientos resuelven los problemas económicos, así como amplían las inversiones de infraestructura, abren zonas de turismo, empresas productivas - son las principales auxiliadas. Sin embargo, es necesario coordinar las ejecuciones y funciones y programas de los estudios de análisis de la industria turística.

Pues de lo anterior puedo decir que palpablemente, - son pocas las actividades que tienen una actividad de productividad y recuperabilidad tan elevada por cada peso invertido, como en la llamada industria sin chimeneas.

La industria sin chimeneas tiene la característica - de que el cliente lo forman personas que se encuentran - temporalmente o transitoriamente en algún lugar, cambiando sus valores por productos o servicios.

3.- PARTICULARIDADES DE LAS EMPRESAS DE PARTICIPACION TURISTICA.

1.- Descontinuidad de la demanda originada por la estacionalidad del turismo, determinada por factores naturales y periódicos de vacaciones.

2.- La exigencia de fuertes inversiones, modernización, mejoramiento y ampliación de obras de infraestructura y superestructura.

3.- La sensibilidad de la demanda por índices políticos, económicas y sociales.

4.- Elevados gastos de publicidad.

5.- La necesidad de fuertes y rápidas amortizaciones.

6.- Gran número de pequeños negocios que trabajan en forma independiente.

7.- La agrupación de empresas en un mismo sitio.

CAPITULO VI.

LA CONCEPCION GUBERNAMENTAL DEL TURISMO: INSTRUMENTO DE AYUDA PARA SU DESARROLLO.

- 1.- Promoción de la identidad nacional en el exterior a través del turismo.

LA CONCEPCION GUBERNAMENTAL DEL TURISMO:
INSTRUMENTO DE AYUDA PARA SU DESARROLLO.

El sistema que México elige para su desarrollo proporciona al turismo mexicano un gran argumento para su apoyo.

El deterioro de la situación de la industria nacional se debió a la disminución de las exportaciones, paralela a la incorporación de las industrias de los Estados Unidos de América, en una economía normalizada y donde tiene un gran potencial de expansión.

Contribuyendo así al beneficio de la industria nacional; y permitiendo con ello exportar productos que no se producían en E.U.A., ya que estos atendían otro tipo de necesidades.

Con todo, el gobierno de México ha decidido desarrollar el país a través de la industrialización y es necesario por tanto, buscar un producto que pueda exportarse y que permita financiar las inversiones que se realicen con aquel propósito y que requieren, para empezar, de grandes volúmenes de importación, en vista de que la mayor parte de la tecnología industrial se encuentra en el

exterior (1940-1970).

Así, se empieza a ver al turismo, por su creciente volumen, como un fenómeno económico que puede permitir la obtención de las divisas necesarias para adquirir los bienes de capital que requiere la industrialización. *1.

Miguel Alemán es el primero en ver en el turismo una gran oportunidad para financiar la industria de la transformación. De esta manera en el documento conocido como "Carta Turística" o "Declaración Turística", señala durante su campaña presidencial en 1946, que "la disminución progresiva de la importación de los artículos manufacturados en la misma medida en que podamos producirlos no supone un descenso, sino un aumento de la producción de otros muchos bienes de consumo, de uso durable y de inversión, así como la multitud de materias industriales que nuestros recursos naturales no nos permite producir. Por otra parte, la ampliación y establecimiento iniciales de numerosas industrias, particularmente de sus ramas básicas-eléctrica, química, siderúrgica y mecánica-requirirá de importación a gran escala de costos, equipos, aparatos e instrumentos. *2.

Las consideraciones anteriores explican la importan

*1, Pag.44 *2, Pag. 45 "Turismo,Est.y Desarrollo" A.Jiménez M.

cia que concedo a la industria del turismo. En una etapa en que se prevee la necesidad de un aumento de las importaciones y la posibilidad de una disminuci3n de las exportaciones, es l3gico que nuestro inter3s se dirija hacia una actividad que constituye ya uno de los renglones de ingresos m3s cuantiosos de la balanza de pagos del pa3s.

Ya presidente en funciones las acciones concretas se orientan, como se ver3 posteriormente, m3s que a promover y desarrollar el turismo internacional en s3, a construir la infraestructura de acceso y que permita sentar las bases del pretendido desarrollo industrial del pa3s y del -- que, en realidad el turismo se ver3 beneficiado.

Las medidas concebidas por Miguel Alem3n, para el fomento de esta actividad son de cuatro tipos:

1.- COMUNICACIONES Y TRANSPORTES. Se considera:

- a) La construcci3n de nuevos caminos y el aumento de los servicios de 3mnibus recomendando su conexi3n con los ferrocarriles.
- b) En el servicio a3reo, el establecimiento de nuevas rutas y la multiplicaci3n del n3mero de aparatos as3 como el mejoramiento de los

aeropuertos existentes y la construcción de otros nuevos .

- c) Utilización de equipo moderno en ferrocarriles, conectándolos con las vías de E.U. *3.
- d) Restablecimiento del servicio regular marítimo entre puertos de E.U., Centroamérica y Sudamérica.

2.- ALOJAMIENTO. Se considera:

- a) Apoyo a las sugerencias relativas a la libre-importación de artículos que, no produciéndose en México, son necesarios para la construcción y financiamiento de hoteles.
- b) Reducción de los impuestos sobre nuevos alojamientos destinados a turistas y establecimiento de un banco de crédito turístico con el objeto de facilitar la edificación, construcción y adaptación de hoteles, posadas y restaurantes.

3.- ATRACTIVOS TURISTICOS. Se considera:

- a) La conservación y desarrollo del patrimonio - turístico del país velando por la tradición - arquitectónica nacional; promoción de fiestas nacionales y costumbres folckloricas, la música y las danzas populares, entre otras.

4.- CAPACITACION. Se considera:

- a) El establecimiento de una escuela de capacitación técnica para la formación de personal especializado en la promoción turística y en la administración de hoteles y restaurantes.

Las acciones que realmente se ejecutan durante este periodo están relacionadas con la construcción de carreteras y la apertura de rutas aéreas, así como la construcción o mejoramiento de aeropuertos en el país; al sector de alojamiento parecen dársele las facilidades enunciadas, considerando el contexto general de la política económica vigente en el país; finalmente, se crea la escuela de capacitación hotelera. Dada la situación del país y del turismo internacional, estas acciones asientan las bases del desarrollo del turismo en México, al facilitar el acceso de los viajeros. * 4. P.47 "Turismo,Est.y D" A.J.M.

PROMOCION DE LA IDENTIDAD NACIONAL
EN EL EXTERIOR A TRAVES DEL TURISMO.

Tanto para Adolfo L. Mateos como para Gustavo Díaz--Ordaz, el turismo debería estar fundamentado en la promoción de las costumbres y el folckor nacionales, así como en la arquitectura y costumbres nacionales, en contraposición a las actividades perjudiciales, que se habían manifestado en lugares como Cuba. De esta manera, se afirmaba respecto a lo que debería mostrarse al turismo: "Es conveniente no deformar nuestra belleza, ni nuestra ideosincrasia, para ofrecer al visitante un perfil auténtico de nuestra vida social y cultural. Es necesario dar, a quien lo busque, el reposo unido a esparcimientos elevados para que disfrute de la naturaleza y de su benéfico influjo; - para que en el tiempo en el que el viajero radique entre nosotros, tenga la más alta de las satisfacciones."

También se señalaba: "Hemos procurado mejorar la calidad de lo que se ofrece al turista, le brindamos nuestros museos, nuestras exposiciones, nuestras danzas, y la expresión de lo que somos, porque estimamos que el turismo no debe fincarse en fines de explotación o de vicio".

* 5.

CONCLUSION.

CONCLUSION.

A lo largo del desarrollo de esta investigación me he podido dar cuenta de que el turismo que conocemos hoy en día, supera al antiguo por la enormidad de dimensiones tanto en número de turistas cuanto en extensión geográfica y rapidez de intercambios.

Es necesario valorar este fenómeno de una manera exacta y objetiva, y saber apreciar los elementos posibles que encierra, ya que considero que es uno de los fenómenos socioeconómicos más relevantes de nuestros días, y que aún, siendo muy joven la actividad turística, constituye un beneficio directo o indirecto a todos los sectores sociales y a los diferentes campos como son el pedagógico, el cultural, el moral y el internacional. No está demás decir que el turismo es un importantísimo generador de trabajo en elevado índice, constituyendo así, un importante medio de vida.

Debemos promover cada vez más el turismo interior, para que exista una constante rotación de capital en el país, aumentar así la producción que genera empleo y evitar la salida de divisas al extranjero. El gobierno y la iniciativa privada han estado unificando sus esfuerzos -

para su óptimo desarrollo, y dando facilidades al inversionista y al turista.

El elemento básico utilizado para lograr el mejor desarrollo eficaz de la empresa turística, es la promoción y la publicidad, indispensables instrumentos de la administración y por consiguiente deberá llevarse a cabo por profesionistas.

Como medio de éxito en toda empresa turística, debemos aplicar un proceso administrativo para lograr la máxima eficiencia en los beneficios esperados. Debiendo ser toda empresa turística excelente oferente en sus bienes y servicios turísticos, para, de esta manera, lograr una constante motivación en el turismo, y así alcanzar todos sus objetivos propuestos.

La industria turística es una gran base con la que cuenta la economía por divisas que aporta, ya que cuenta con fuentes de financiamiento de la iniciativa privada y organismos como el BID. México ha alcanzado un alto desarrollo turístico, invirtiendo para la mejoración y modernización de los medios fundamentales para lograr el desarrollo que son las vías de transporte y comunicación.

Es de suma importancia, hacer notar que el turismo--
facilita un mejor juicio recíproco internacional en todos
los terrenos y, en definitiva, eleva a quien lo practica--
con rectitud; permite depositar grandes esperanzas en la
juventud, y, en la actualidad, extiende su cúmulo de bene-
ficios a todas las categorías sociales.

El turismo nos permite conocer a los demás hombres, -
sus países, sus costumbres diferentes y legítimas, su ci-
vilización, sus formas de vivir, etc. El turismo propor-
ciona la ocasión de ampliar el diálogo con los hombres, -
por diversas que sean las mentalidades que los caracteri-
cen.

BIBLIOGRAFIA.

BIBLIOGRAFIA.

Organización Internacional del turismo y Derecho internacional; León Herrera y Esteban.

Agencias de Viajes y transportación; Francisco de la Torre; Ed. Trillas.

El turismo: Hablan los Papas; Jesús María Vazquez, O.P.; Félix Medin García.

Extranjería, Turismo y población; Manuel Ortuño Martínez; Ediciones Andrade, S.A. de México.

Estudio del turismo; Ignacio J. de Arillaga; "Textos Universidad, S.A." México.

Ensayos sobre turismo; Ignacio J. de Arillaga; Edic. Turfsticas, España.

Sistema de política turística; Jorge Villa Pradera; Aguilar S.A., Madrid.

"Hoteles hoy", Blass Noguera, Jorge Casamayor Lagarda, - Miguel Díaz Mier, Pedro Eusebio Rivas; Institutos de estudios turísticos, Madrid.

La estacionalidad del turismo y sus posibles correctivos;
Institutos de estudios turfsticos, Madrid.

"Turismo, estructura y desarrollo"

A. Jiménez M.