

36
2ej.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

"CAMPUS ARAGON"

tesis discontinua

DIEZ AÑOS DE DESARROLLO TURISTICO EN
MEXICO 1985-1995, ANALISIS DEL CENTRO
TURISTICO DE IXTAPA-ZIHUATANEJO.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES

P R E S E N T A :

GEZABEL PEREZ RUANO

ASESOR DE TESIS: MTRO. JAIME LLANOS MARTINEZ

263133

MEXICO

1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

LA FE ES LA BARCA
PERO SOLO LOS REMOS
DE LA VOLUNTAD, LA LLEVAN.

AGRADECIMIENTOS:

A Dios, por iluminar mi camino y no abandonarme nunca.

A mis Padres, Amor y Pedro a quienes debo todo lo que soy.

A mis hermanos Pedro, Lizbeth, y Marisol por que de alguna forma u otra han estado conmigo.

Ami asesor el maestro Jaime Llanos Martínez, por apoyar el desarrollo de mi proyecto.

A Josué García Pérez por la ayuda incondicional en todo momento.

A mi amigo Raymundo Pérez Sánchez, por ser un gran compañero universitario y prestarme sus apuntes.

A Lucy por que a pesar de estar cansada me dedicó los sábados y por los tiempos inolvidables que hemos compartido.

Al Lic. Benjamín Sandoval Melo, Subsecretario de la Secretaría de Fomento Turístico del estado de Guerrero, por la atención y la información otorgada.

Al Profesor Marco Antonio Alarcón Vélez, por contribuir en el desarrollo final de mi trabajo y por la oportunidad de formar parte de su equipo de trabajo.

A Emy por soportar mis indecisiones y mis histerias.

A Cris por toda la paciencia y sugerencias.

A cada una de las personas en Acapulco e Ixtapa-Zihuatanejo que atendieron mis peticiones y me otorgaron una gran experiencia.

A los Profesores Angela Morales Campuzano, Armando Ramírez Becerra, Roberto Díaz Rodríguez y David Medrano Gómez, por el tiempo dedicado a la revisión, observación y aportación de sugerencias a este trabajo.

ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN.	5
CAPÍTULO I	
ANTECEDENTES.	11
1.1. Conceptos	12
1.1.1. Turismo	12
a. Turismo Interior	13
b. Turismo receptivo	13
c. Turismo egresivo	14
d. Medición del turismo internacional.	14
1.1.2. Desarrollo turístico	16
a. Impacto del desarrollo turístico	17
1.1.3. Balanza de pagos	20
a. Desequilibrio del sector externo	20
b. Registro de la actividad turística.	24
1.2. Evolución Histórica	24
1.2.1. Turismo Internacional	25
1.2.2. Turismo Nacional	28
a. Ubicación geográfica, atractivos naturales y culturales de México	36

CAPÍTULO 2

EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MÉXICO	39
2.1. SECTUR	41
2.1.1. Objetivos	42
2.1.2. Estrategias y programas	52
a. Diversificación de los productos turísticos	58
2.1.3. Promoción	61
a. Organización Mundial de Turismo	68
2.1.4. Interrelación con otras Secretarías de Estado	70
2.1.5. Infraestructura y servicios alternos	75
2.2. Financiamiento de planes y proyectos de desarrollos turísticos en México	79
2.2.1. FONATUR	79
a. La nueva estrategia de comercialización	84
b. Financiamiento institucional	87
2.2.2. Megaproyectos	95

CAPÍTULO 3

EL PROYECTO DE NACIÓN MEXICANO Y SU VINCULACIÓN CON EL TURISMO	104
3.1. La necesidad del cambio estructural	107
3.1.1. Reseña del problema económico en México	107
3.1.2. El ámbito internacional	114
3.1.3. El cambio estructural	115
3.2. La apertura comercial 1986-1988.	120
3.2.1. Ingreso de México al GATT (protocolo de 1986)	122

3.2.2. Efectos en el turismo.	125
3.3. La continuación de la apertura comercial y la modernización	127
3.3.1. La estrategia de modernización económica	129
3.3.2. La diversificación de mercados.	130
a. GATT	130
b. América Latina	130
c. La Unión Europea	131
d. La Cuenca del Pacífico	132
e. América del Norte	134
3.4. El turismo dentro del programa de modernización	135
3.4.1. Desincorporación de Empresas Paraestatales	136
a. Descentralización	138
b. El marco jurídico	140
c. Calidad total	141
3.5. El Tratado de Libre Comercio de America del Norte(TLCAN)	142
3.5.1. Temas de negociación	145
3.6. Los servicios turísticos y el TLCAN	146
3.6.1. Ingreso de divisas	148
3.6.2. Inversiones	148
3.6.3. Infraestructura	149
3.6.4. Tecnología y telecomunicaciones	150
3.6.5. Competencia	151
3.6.6. La hotelería	152

CAPITULO 4

CENTRO INTEGRALMENTE PLANEADO IXTAPA-ZIHUATANEJO	156
4.1. La actividad turística en el estado de Guerrero	158
4.2. Selección de Ixtapa-Zihuatanejo como proyecto turístico	159
4.2.1. Descripción	161
4.3. El Plan Maestro de la Secretaría de Turismo	162
4.3.1. Base de las proyecciones	165
4.3.2. Impacto regional del proyecto	165
4.3.3. Generación de empleos	166
4.3.4. Número de cuartos disponibles	167
4.3.5. Estimación de visitantes según su procedencia	167
4.4. Evolución de la actividad turística	168
4.4.1. Mercadotecnia del producto	176
4.4.2. Descripción de megaproyectos y prospectos de negocios	176
a. Marina Ixtapa	177
b. Punta Ixtapa	177
c. Azul Ixtapa	178
d. Porto Ixtapa	178
4.4.3. Financiamiento interno y externo	179
4.4.4. Promoción y publicidad	180
CONCLUSIONES	181
BIBLIOGRAFÍA Y HEMEROGRAFÍA	195

FALTAN PAGINAS

De la: 1

A la: 5

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

La actividad turística tiene una particular relevancia en nuestro país, no sólo porque constituye una de las más importantes fuentes de divisas, sino también porque genera empleos y apoya un efectivo desarrollo regional. Estimulante de la inversión nacional y extranjera, el turismo imprime una mayor dinámica, en sus zonas de influencia a la cadena de abasto, la actividad industrial y la prestación de servicios. El turismo es por tanto una actividad económica que requiere la participación de todos los sectores productivos y como tal debe causarse la participación intersectorial, en especial en áreas como infraestructura, transporte, abasto de alimentos y servicios urbanos.

Durante las últimas décadas, el turismo se ha convertido en una actividad prioritaria dentro del esquema económico-social de naciones industrializadas y en vías de desarrollo, debido a sus favorables efectos mediatos y a largo plazo como son: a) compensar los desequilibrios existentes en la cuenta corriente de la balanza de pagos a través del incremento en la captación de divisas; b) impulsar la generación de empleos directos e indirectos a bajo costo de inversión comparativamente con el costo de crear empleos en otros sectores económicos; c) promover el fortalecimiento de actividades productivas complementarias y/o colaterales al turismo y d) contribuir a la descentralización planificada de la actividad económica y administrativa del país y al desarrollo regional. Esta multiplicidad de beneficios generados por la actividad turística nos hacen contemplar el enorme potencial turístico de México, capaz de ser aprovechado en mayor grado la diversidad de atractivos naturales, históricos, culturales, folklóricos y su ubicación geográfica. Todo ello ha determinado, que el proceso de planificación del desarrollo del turismo sea una oportunidad para el logro de los objetivos nacionales de desarrollo económico.

México ha enfrentado serios problemas de desarrollo económico desde su inicio como nación independiente, la creación de centros turísticos ha ayudado en gran medida al desarrollo de regiones que antes de la creación de estos, no contaban con suficientes fuentes de empleo o con la infraestructura necesaria para tener acceso a estas regiones. Por lo que el turismo en México, ha significado una oportunidad más para estimular el desarrollo económico del país, el cual representa una parte importante en la planificación nacional y por ello el Gobierno de la República ha creado mecanismos de apoyo, como la Secretaría de Turismo (SECTUR) y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), organismos ejecutores de sus políticas en el sector. Su actividad constituye no sólo un impulso a la actividad turística, sino una aportación al desarrollo económico y social.

De acuerdo a lo anterior entre los objetivos que se plantean con la elaboración de este trabajo en forma específica se pretende: estudiar el impacto socio-económico causado en la región donde se ubica el centro turístico Ixtapa-Zihuatanejo y conocer la importancia del desarrollo turístico dentro de la creación de infraestructura y servicios alternos.

De manera general se pretende: conocer la influencia del turismo internacional receptivo en la balanza de pagos mexicana; evaluar los logros alcanzados con el turismo dentro del desarrollo del país; y reconocer el papel del turismo en la estrategia del proyecto de nación mexicana.

Es importante señalar que el turismo es un acontecer socio-económico y cultural plenamente inscrito en la realidad contemporánea, fenómeno importante en la economía y en la política internacional, por lo que se asocia con la evolución demográfica y la revolución tecnológica. Como trascendental en la economía, no escapa de la influencia de diversos factores tanto internos, como externos. Y es precisamente a partir de 1985, bajo el régimen presidencial de Miguel de la Madrid Hurtado, cuando el marco lo constituirá la promoción del neoliberalismo económico y el cambio en la forma en que el Estado se involucra.

Las cuatro décadas que van del gobierno de Manuel Avila Camacho hasta José López Portillo, se distinguieron por el proteccionismo y la creciente intervención estatal que comenzó a intensificarse desde los años 30 y culminaron en 1982, con la estabilización de la banca y su creciente política aperturista y privatizadora del gobierno de De la Madrid. Es entonces cuando el país experimenta la búsqueda de una estrategia alternativa de desarrollo, ante la creciente internacionalización de todas las relaciones económicas.

Con las negociaciones bilaterales de la deuda, devaluaciones del peso, grandes facilidades a capital privado para pagar su propia deuda exterior, concesiones al capital privado en la banca estatizada y en la banca paralela, la especulación cambiaria y financiera, reducción de salarios reales en 1985, esto desenlazó en la apertura de la economía al capital transnacional, el ingreso de México al GATT, numerosas privatizaciones o liquidación de empresas estatales, los primeros pasos de desregulación y los pactos estabilizadores.

La inserción de México en el mercado mundial globalizado y a la vez regionalizado en bloques, la liberación del comercio exterior, el cambio en las reglas que condicionan el funcionamiento interno de los mercados y la mayor apertura a la inversión extranjera, han sido factores de transformación en la economía mexicana.

Ante toda ésta serie de sucesos internacionales que comenzaron a repercutir en el desarrollo nacional durante el periodo presidencial de Miguel de la Madrid Hurtado y que se intensificaron en los años posteriores, México decidió modernizarse para participar con mayor fortaleza en el cambio global. La estrategia interna se ha armonizado eficientemente con las acciones externas, se ha buscado crear un ambiente externo que favorezca el crecimiento del comercio mundial, la apertura de nuestras exportaciones, los flujos de inversión del país y una mayor cooperación en todos los órdenes.

La internacionalización del país se reafirma con las negociaciones de tratados de libre comercio que México impulsa en nuestro continente, el ingreso

al Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico, el Acuerdo de Libre Comercio con América el Norte y los acuerdos con la Unión Europea.

En el nuevo contexto liberal, la política de desinversión gubernamental en el sector turístico, significa una activa política de desincorporación de activos del gobierno federal.

La política neoliberal del gobierno permitió la concesión a la iniciativa privada, la construcción de ciertos tramos carreteros y la liberación de las regulaciones relativas al transporte terrestre.

La modernización del país, concepto surgido durante la presidencia de Carlos Salinas de Gortari, repercutió en el sector turismo, iniciándose un proceso de modernización con el fin de aprovechar el enorme potencial económico y social del país. Para la captación del turismo receptivo, las actividades de promoción y publicidad internacional fueron importantes, a través de la construcción de Fondos Mixtos en diversos centros turísticos del país que concertaron la participación de los sectores público, privado y social, así como la participación internacional en eventos turísticos y actividades de apoyo para el inicio de proyectos específicos denominados megaproyectos y marinas turísticas que favorecen la canalización de la inversión pública y privada.

Bajo este contexto, este trabajo tiene como objetivo señalar que la política turística en México, implementada por el gobierno se ha enfocado más a atraer el turismo extranjero y por consiguiente este ha respondido a la expectativa de consolidar el proyecto de desarrollo regional y nacional. Así como la creación de centros integralmente planificados como Ixtapa-Zihuatanejo, que han generado la creación de una derrama económica regional muy importante, impulsando notablemente el desarrollo económico de sus habitantes.

El esquema del trabajo se ha dividido en cuatro capítulos: El Capítulo 1 designado Antecedentes, nos da un panorama general del turismo, en cuanto a su evolución y conceptualización. El Capítulo 2 titulado El Turismo como

Actividad Económica en México, muestra los principales objetivos a cumplir en el sector, en base a la planeación gubernamental, así como la importancia del financiamiento para el estímulo de la participación en proyectos turísticos. El Capítulo 3 denominado El Proyecto de Nación Mexicana y su Vinculación con el Turismo, es una semblanza del cambio que se suscitó a partir de la década de los ochenta y las causas que lo originaron. Y por último, el Capítulo 4 designado Ixtapa-Zihuatanejo, como ejemplo de la ejecución de un desarrollo turístico, en este caso acorde a la política del gobierno federal de crear centros turísticos integrales, inscrita en los objetivos de desarrollo socio-económico del país.

Este polo de desarrollo turístico y regional, es el resultado del esfuerzo para crear nuevas zonas turísticas que permitan diversificar la oferta turística del país y competir sólidamente en el mercado internacional del turismo. Ixtapa-Zihuatanejo es un esfuerzo conjunto del gobierno, sector social y empresa privada, para contribuir al desarrollo turístico de México.

CAPÍTULO 1
ANTECEDENTES

CAPITULO 1. ANTECEDENTES

1. 1.Conceptos

1.1.1. Turismo

La palabra turismo proviene del vocablo inglés *tour*: viaje, que a su vez se deriva de la palabra francesa *tour*: viaje o excursión circular; la cual por su parte procede del latín *tornare*.

Turismo es un término que se refiere a los viajes de placer, o a un conjunto de actividades humanas que tienen el objeto de llevar a cabo esta clase de viajes. Industria, que participa en la satisfacción de las necesidades del turista. "El turismo se distingue del viaje porque implica por una parte al viajero, la elección deliberada de la meta y, por otro, el deseo de procurarse una diversión"¹.

Desde el punto de vista sociológico, el turismo se distingue como un comportamiento humano, complementario a toda una serie de necesidades del sujeto.

Aunque en la definición de turismo no pueden englobarse la gran variedad de factores que lo influyen, lo determinan y lo hacen ser lo que es hoy en día.

El turismo es una importante actividad económica que vincula necesariamente a demandantes y oferentes, en donde los primeros están representados por conjuntos de población perteneciente a estratos de distinta condición económica que de manera voluntaria, motivada o inducida, se desplazan hacia los destinos turísticos. Los oferentes turísticos están representados por un conjunto de negocios, empresas industriales, comerciantes de transportación, de alojamiento, restaurantes, centros

¹ Manuel Orduño Martínez, textos universitarios, 1966.

nocturnos, etc., que de manera directa o indirecta ponen sus productos y servicios a disposición de los viajeros.

El turismo tiene la función de complementar las economías de los países, no sólo mediante la obtención de divisas, sino también a través del desenvolvimiento de ciertas ramas de los transportes y de la construcción, a la vez que genera empleos en la localidad, reactiva la industria artesanal y como medio de aculturación, así como un factor importante en la política internacional. El turismo es un medio de contacto entre seres de distintas nacionalidades, sirve para difundir los valores de otro país, es una forma de propaganda cultural, y por lo tanto es un factor real de relaciones internacionales².

El turismo es catalogado como un fenómeno social con repercusiones económicas. La provisión de bienes y servicios, combinada con la afluencia de visitantes influye en el desarrollo económico del centro turístico, el desarrollo regional y la distribución de empleo y el medio ambiente.

Dentro de la actividad turística existen tres clases de turismo: turismo interior, nacional o doméstico; turismo receptivo o internacional y turismo exterior o egresivo.

a. Turismo Interior

El turismo interior es el que realizan los residentes del país que viajan dentro del territorio nacional.

b. Turismo Receptivo

El turismo receptivo está configurado por aquellos turistas extranjeros que entran a un país determinado. En México esta clase de turistas pueden ser los visitantes que se internan al país procedentes de otras naciones, incluyendo mexicanos residentes en el exterior.

² Cf. Moreno Toscano, Octavio. Infraestructura bélica y turismo. en foro internacional. 45. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales 1971.

Esto significa ingreso de divisas procedentes de los países de origen de los visitantes, por cuyo medio se crea una riqueza y el núcleo receptor puede contar con una moneda extranjera que le permita, a su vez, reforzar su comercio internacional. Por lo cual podemos entender al turismo receptivo como a ese complejo de actividades públicas y privadas que provocadas por las corrientes turísticas se desarrollan dentro de un ámbito territorial determinado.

Dentro de la corriente turística que recibe México del exterior se manifiestan dos tipos de visitantes: los que visitan el interior y los que visitan exclusivamente las ciudades fronterizas. Las características y comportamiento de ambos presentan diferencias notables, lo que hace necesario que su computo se realice separadamente. El gasto de los primeros conforma el renglón de ingresos por turismo y el de los segundos, el renglón de ingresos por transacciones fronterizas.

c. Turismo Egresivo

El turismo egresivo es aquel en el cual los nacionales de un país rebasan las fronteras de su territorio para visitar otros países, realizando gastos que significan salida de divisas y por lo tanto aparecen como renglón negativo en la balanza de pagos.

d. Medición del turismo internacional

En marzo de 1993 la Comisión de Estadísticas de Organización de las Naciones Unidas, adoptó las recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo relacionadas con los movimientos de viajeros, de divisas y la medición económica del turismo en los sistemas de cuentas nacionales.

La diferencia fundamental de criterios entre lo que ha hecho México y lo que establece la ONU-OMT, radica en la duración del viaje: mientras que la ONU-OMT establece como criterio que el visitante internacional tiene que pernoctar al menos una vez en el país visitado, para ser considerado turista internacional, México ha publicado como cifra de turistas internacionales bajo el

concepto de "turismo receptivo" a aquellos que se internan al país por más de 72 horas y 35 kilómetros más allá de la frontera.

Con base en los criterios de la Organización Mundial de Turismo, se define a los diferentes tipos de turismo:

- Visitante Internacional es "toda persona que visita un país diferente de aquel en que tiene su residencia habitual por un año o menos". Comprende dos categorías Turista Internacional y Excursionista.

Turista Internacional es "un visitante que efectúa una estancia de por lo menos una noche pero no más de un año en el país visitado y cuyo motivo de visita puede clasificarse en placer, motivos profesionales y otros de carácter turístico".

Excursionista Internacional es "un visitante que no pasa la noche en el país visitado", incluye los pasajeros en crucero.

México con el objeto de igualar los criterios de la OMT, realiza las siguientes agregaciones:

Viajeros Internacionales es la agregación de los conceptos recomendados por la OMT (Turistas y Excursionistas Internacionales).

Turistas Internacionales es la agregación de tres rubros: turismo receptivo (Extranjeros y Nacionales residentes en el extranjero que permanecen en el país más de 72 horas o que se internan al país más allá de 35 km. de sus fronteras), viajeros fronterizos con permanencia en el país de 24 o 72 horas (turistas fronterizos) y otros visitantes que por las características de su viaje requisitan forma migratoria que les permite permanecer en el país más de 24 horas (Transmigrantes, Visitantes Provisionales y Consejeros). Excursionistas Internacionales es la agregación de dos rubros: los viajeros fronterizos que permanecen en el país menos de 24 horas y los pasajeros en crucero.

1.1.2. Desarrollo Turístico

"El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión o el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, o bien de otra manera más general, puede incluir los efectos asociados tales como la creación de empleos o la generación de ingresos"³.

Los numerosos tipos de instalaciones y servicios que busca el turista se agrupan en los siguientes sectores que forman parte de la oferta turística de un país:

1. Atractivos
2. Transporte
3. Alojamiento
4. Servicios auxiliares
5. Infraestructura

El proceso de estos sectores permiten el desarrollo del sector turístico, los atractivos inducen a los turistas a visitar el lugar, los servicios de transporte permiten al visitante trasladarse, el alojamiento y servicios auxiliares como tiendas y restaurantes, proporcionan bienestar y entretenimiento durante su permanencia, y la infraestructura garantiza el funcionamiento esencial de todos los elementos.

Para que el desarrollo del turismo sea posible, los elementos que lo componen deben ser explotados u ofrecidos por particulares u organizaciones. Existen agentes de desarrollo y la composición exacta de estos varía de una situación a otra dependiendo del contexto histórico, político, económico, cultural y geográfico del desarrollo. Podemos distinguir principalmente dos sectores: público y privado, en diferentes niveles internacional, nacional, regional y local.

Sector público. Dentro de los factores económicos que pueden inducir a un gobierno a promover el desarrollo turístico, podemos encontrar:

1. el mejorar la situación de la balanza de pagos

³ Pearce, Douglas, Desarrollo Turístico, México, Trillas, 1968, pág. 14.

2. impulsar el desarrollo regional
3. buscar la diversificación de la economía, estimular mayores niveles de ingresos
4. aspirar a una mayor captación fiscal y
5. fomentar nuevas oportunidades de empleo.

Sector privado: el interés que mueve las intenciones de promover el desarrollo turístico de este sector es el lucro. Se orienta hacia dos líneas de integración: horizontal y vertical; la primera se refiere al desarrollo de cadenas hoteleras o redes de líneas aéreas, la segunda se ocupa de la participación en dos o más sectores de la industria.

El desarrollo turístico en México implica la participación de los sectores privado y público en conjunto para la obtención y logro de los objetivos planteados por ambos, como que se verá en el próximo capítulo.

a. Impacto del desarrollo turístico

Dentro del análisis del desarrollo turístico encontramos tanto costos como beneficios. La evaluación del impacto del turismo incluye los aspectos ambientales, socioculturales y económicos. El estudio metodológico ofrece resultados generales, y hay otro que va más a fondo y consiste en la indagación más específica de cada una de las contemplaciones del desarrollo turístico, en la cual se involucran agentes que no son considerados en el primero. Así consideramos que los estudios turísticos deben tomar en consideración el ámbito internacional y sus repercusiones para los países en vías de desarrollo, como es el caso de México.

Una metodología muy útil para evaluar el impacto es presentada por Potter, en la cual se propone lo siguiente:

1. Examinar el contexto del desarrollo: el entorno físico, las características de la sociedad receptora, el tamaño, la diversidad y la vitalidad de la economía.

2. Pronosticar el futuro, si el desarrollo turístico no procede o no hubiera procedido, podría incluir una proyección de las tendencias demográficas y económicas.
3. Examinar el proyecto en cuanto a la variedad de elementos específicos y características del proceso del desarrollo turístico. ¿Qué se está desarrollando?, ¿por quién?, ¿para qué?, ¿cómo?, ¿cuándo? y ¿por qué?.
4. Analizar los resultados del desarrollo, ¿qué partes del entorno, qué segmentos de la sociedad y qué sectores de la economía se afectarán o han sido afectados?, ¿por qué?, ¿en qué forma y hasta que grado?.
5. Identificar las diferencias entre los puntos dos y cuatro en términos cuantitativos y cualitativos.
6. Sugerir medidas de mejoramiento para reducir los impactos adversos, después de haber identificado las fuentes de impactos adversos, podrían sugerirse diversas medidas para reducirlas.
7. Analizar los impactos y comparar las alternativas, consiste en comparar el impacto del turismo con otras estrategias de desarrollo.
8. Presentar los resultados del análisis del impacto del desarrollo turístico y elaborar conclusiones.

El análisis del impacto social del desarrollo turístico, es la naturaleza y composición de los diversos grupos involucrados y las relaciones entre estos.

Las diferencias demográficas, sociales, étnicas y lingüísticas, también pueden existir dentro de la población receptora, algunas de ellas pueden participar o ser afectadas por el desarrollo turístico.

Los efectos del turismo pueden sentirse no sólo en los centros turísticos, sino también en los pueblos circundantes no turísticos y en las áreas generadoras. El impacto social variará de acuerdo con las diferencias entre los visitantes y los visitados.

El impacto del turismo en los estilos de vidas tradicionales, tiene una importancia especial en donde las tradiciones sientan las bases del desarrollo turístico. El desarrollo turístico puede modificar la estructura de la población,

transformar las formas y los tipos de ocupación, transformación de valores, influencia sobre la forma de vida tradicional, modificación de los patrones de consumo y beneficios para el turista.

Analizar el verdadero impacto del desarrollo implica considerar la existencia de algunos aspectos que condicionan en cierto momento el desenvolvimiento del sector. Estos factores coyunturales y momentáneos, entre los que destacan las tendencias del crecimiento económico, la inestabilidad política, las variaciones en el tipo de cambio, los procesos inflacionarios, entre otros alteran el normal desarrollo de la actividad.

El turismo no debe estudiarse como una serie de industrias separadas entre sí, sino que debemos evidenciar que la actividad turística como organización se ha convertido en un verdadero sistema, como lo dijera Marie Françoise Lanfant: "en un conjunto de agentes coordinados entre sí por lazos voluntarios e involuntarios, constitutivos de redes de acción que dan su fuerza y su coherencia a esta forma de actividad particular que es el turismo internacional"⁴.

El análisis de los efectos económicos del turismo se ve limitado por la diversidad de estadísticas y las dificultades para contabilizar eficazmente todos los comportamientos que integran tanto la oferta como la demanda. Una forma de involucrar al turismo en el análisis económico, consiste en apoyarse en la contabilidad nacional y en las instituciones encargadas de evaluar sus efectos económicos. Por tanto, los efectos económicos del turismo se evalúan indirectamente a través de sus repercusiones en los objetivos generalmente aceptados por el sistema económico en su conjunto, tales como su contribución al desarrollo económico, el equilibrio de la balanza comercial y el pleno empleo.

⁴ Lanfant, Marie Françoise. "La internacionalización del turismo" en *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, pág. 18.

1.1.3. Balanza de pagos

La balanza de pagos es el instrumento o barómetro para analizar y medir el comportamiento del sector externo⁵. Se puede definir como el registro sistemático de las transacciones comerciales realizadas entre los residentes de un país frente al resto del mundo, en un periodo determinado; es decir es un documento en la contabilidad nacional encargado del registro de las entradas y salidas de divisas, tanto por concepto de transacciones de carácter comercial y de servicios prestados, como de movimientos de capital a corto y largo plazo. Muestra los resultados positivos o negativos de nuestras transacciones con el exterior.

También se puede definir como el indicador básico de la situación económica general, ya que permite medir el nivel anual de la reserva monetaria del país y con ello evaluar el valor internacional de nuestra moneda frente al resto del mundo⁶. El saldo positivo o negativo de la balanza de pagos, viene a representar un ingreso o egreso que engrosa o reduce el Producto Interno Bruto.

a. Desequilibrio del sector externo.

En la contabilidad de las transacciones en balanza de pagos se sigue por regla general el método de la partida doble, se anotan tanto cargos o saldos a favor, como abonos o salidas de capital, por lo que la balanza de pagos deberá estar en equilibrio.

La balanza de pagos puede presentar tres estados principales:

Superávit = Ingresos > Egresos

Déficit = Ingresos < Egresos

Equilibrio = Ingresos = Egresos

⁵ El sector externo representa dentro de los distintos sectores que integran la economía, el reflejo de las relaciones económicas entre los nacionales y el exterior, referente a negocios de compraventa de mercancías, servicios o bien préstamos e inversiones. Ortiz Wadgymer, Arturo, Introducción al comercio exterior de México: ¿proteccionismo o libre cambio?. Nuestro Tiempo, México. 1990. p. 41.

⁶ Con el resultado de la balanza de pagos, podemos decir si un país está o no en disposición para cumplir sus compromisos internacionales. *Ibidem*, p. 43

La situación menos conveniente, es la deficitaria por lo cual un país recurre a un conjunto de mecanismos correctivos o compensatorios para el equilibrio de la balanza de pagos.

El desequilibrio es problema esencial de nuestro sector externo, por lo cual existe una controversia entre los economistas independientes que lo consideran de índole "estructural o fundamental" y los oficialistas que argumentan que solo se trata de un transitorio desequilibrio de "fomento o desarrollo".

Los primeros consideran que la propia estructura económica y social del sistema capitalista dependiente, ha generado por una parte una estructura de las exportaciones fundamentalmente basadas en productos primarios y una estructura de importaciones a base de productos terminados y tecnología, lo que debido a las diferencias de los precios entre ambos, da por resultado un desequilibrio entre los ingresos de importación y exportación.

Los segundos consideran que se trata de un proceso transitorio o debido al desarrollo, que implica la necesidad de mantener un elevado índice de endeudamiento externo para adquirir importaciones y equipos que requieren dicho proceso, a fin de que se logre la industrialización del país mediante una gradual sustitución de importaciones.

En México se da un desequilibrio estructural del sector externo de la economía, y se ha caído en un círculo vicioso en el que para subsistir y desarrollarnos requerimos de la inversión foránea tanto directa como indirecta.

Para enfrentar este desequilibrio se han seguidos diversas formas para compensarla:

1. La devaluación del peso mexicano
2. La atracción del capital extranjero
3. Endeudamiento externo
4. El fomento de las exportaciones
5. El fomento del turismo y otros servicios
6. El control de cambios
7. El control selectivo de importaciones.

Las medidas para atacar el desequilibrio externo son de dos tipos, compensatorias y correctivas. Las primeras no tienden a corregir de fondo el desequilibrio externo, sino solo a compensarlo, dentro de las que se encuentran las tres primeras.

Dentro de las correctivas encontramos el establecimiento de un programa agresivo de fomento de las exportaciones, así como un control selectivo de las importaciones llamado proteccionismo comercial, y finalmente un control de cambios, además de otros mecanismos como el fomento de los servicios, principalmente el turismo.

El desarrollo del turismo internacional ofrece tres ventajas principales para aumentar la entrada de divisas:

1. Es y será una industria en desarrollo.
2. El mercado turístico a diferencia de muchos bienes manufacturados o primarios, tiene una protección relativamente pequeña.
3. Para muchos países el turismo puede representar una diversificación de la economía.

La captación de ingresos por vía del turismo, ayuda a aliviar el déficit resultado de la diferencia entre importaciones y exportaciones. La industria turística le ha permitido a México, compensar la tendencia desfavorable de los precios mundiales de sus principales productos de exportación.

Las importaciones que realiza México constituyen fuertes salidas de divisas, principalmente en el capítulo referente a bienes de capital y a materias primas industriales, ocasionando con esto, grandes desequilibrios en la balanza comercial, que en última instancia pueden repercutir en la estabilidad de nuestra moneda.

En tales circunstancias no queda otro camino más seguro y eficaz que incrementar el turismo extranjero o internacional, sobre todo cuando las posibilidades de exportación de nuestras mercancías son únicamente de unos cuantos productos cuya demanda en el exterior es elástica.

México es un país en vías de desarrollo, que se ve precisado a importar bienes de capital (maquinaria y equipo) esenciales para su desarrollo

económico, lo que trae como resultado que los saldos dentro de la balanza de pagos sean deficitarios, aunque afortunadamente gracias al turismo, que constituye unos de los renglones componentes de la balanza de pagos, que afectan considerablemente los saldos internacionales, podemos compensar las importaciones a través de exportaciones y divisas originadas por el turismo.

En suma, el turismo ha permitido financiar el desarrollo económico a un ritmo mayor del que hubiera sido posible con el ingreso derivado del comercio de mercancías y la obtención de capitales extranjeros, con la ventaja de que el financiamiento logrado por los recursos del turismo, equivalen a una incorporación definitiva al patrimonio del país igual que si exportáramos mercancías.

Mucho se ha insistido en que el turismo constituye un renglón que contribuye a nivelar la balanza en cuenta corriente y que por consiguiente conviene fomentarlo, para lo cual deben realizarse fuertes inversiones gubernamentales en materia de infraestructura turística. No se puede estar en contra de este desarrollo, ni tampoco se puede negar la importancia de la entrada de divisas que reporta.

Pero a pesar de todas las consideraciones hechas al turismo como elemento que contribuye al fortalecimiento del sector externo, debemos tomar en cuenta que la inversión en el sector turismo en México, es realizada por grandes firmas trasnacionales de esta rama, implica en efecto las ventajas que se derivan de las inversiones extranjeras o sea consumo de algunas materias primas, insumos, mano de obra e impuestos, pero por otro lado exporta utilidades.

b. Registro de la actividad turística

Una vez definido el significado de la balanza de pagos dentro del sector externo de la economía y la contribución del turismo a regular el desequilibrio de este sector, se explicará como se registra el ingreso y egreso de divisas por concepto del turismo.

Dentro de la balanza de pagos existe un rubro llamado INGRESOS, Exportación de mercancías y servicios, en el cual se registra la entrada de divisas por concepto de turismo y se refiere a los gastos que hicieron en México visitantes del exterior.

Por su parte los gastos de los turistas nacionales que van al extranjero y que por consiguiente generan salida de divisas, se contabilizan en el rubro de EGRESOS, Importación de mercancías y servicios.

Cuando comparamos el ingreso con el egreso de divisas, vía turismo, al saldo resultante se le llama balanza turística.

El saldo en cuenta corriente, es el resultado obtenido de la suma de los ingresos por servicios a la cuenta de exportación de mercancías menos las importaciones de mercancías y servicios.

1.2. Evolución Histórica

El desarrollo del turismo a nivel internacional ha tenido una evolución histórica que ha permitido consolidarlo hasta lo que hoy en día conocemos. Esta evolución ha estado vinculada a las condiciones sociales, económicas, tecnológicas y hasta políticas de cada una de las épocas en el cual ha sido suscrita.

El turismo en general se fue constituyendo hasta considerarse como uno de los fenómenos sociales más significativos de nuestro tiempo; consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen

ninguna actividad lucrativa, ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

El fenómeno turístico es el resultado de las condiciones tecnológicas, económicas, políticas y sociales de un contexto histórico y determinado. Su realización y evolución es el efecto y no la causa que lo explica.

1.2.1. Turismo Internacional

Entre los motivos por los cuales se comenzaron a realizar los primeros desplazamientos, se encuentran los religiosos, los políticos, los bélicos y los culturales, siendo sólo para unos cuantos. Ya los romanos practicaban viajes por motivos de descanso, limitados por la falta de caminos, hospedaje y transporte, lo suficiente veloz, para transportarse en corto tiempo.

En la Edad Media, los viajes se dieron por motivos de poder y riqueza, así como los peregrinos que acudían a Tierra Santa. El siglo XVIII es conocido como el siglo del "Gran Tour" aristocrático, en donde la burocracia realizaba viajes que les proporcionaban cultura y estatus.

En el siglo XIX, los avances de la tecnología, como la utilización del vapor en barcos y locomotoras y la Revolución Industrial en Inglaterra, propiciaron un mayor desplazamiento de personas por Europa.

En el siglo XX, la invención del automóvil y la creación por Ford de la línea de montaje para la producción en serie, permitió la posibilidad de desplazamientos independientes. Este invento trajo consigo la necesidad de construir una infraestructura adecuada. La crisis económica mundial de 1929 ocasionó la coyuntura para el empleo de mano de obra en la creación de carreteras necesarias.

Por otra parte, desde 1840 se habían inaugurado los viajes por vía marítima; sin embargo, el invento del avión a principios del siglo hizo que el transporte aéreo se convirtiera en el medio más importante para largas distancias y que su desarrollo se vinculara a una gran cantidad de avances tecnológicos y científicos.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el panorama económico y político, es totalmente diferente, Europa devastada por haber sido el escenario de guerra y Estados Unidos con una economía poderosa. En plena "Guerra Fría" el mundo se ve dividido en dos bloques, el turismo se convierte en un personaje que actúa como factor político en las relaciones internacionales y dentro del contexto mundial de la política del poder.

En esta época el desarrollo del turismo se da principalmente entre la población estadounidense hacia Europa, de acuerdo con el Plan Marshall, la derrama de dólares reduciría el volumen de los préstamos a los países europeos necesarios para su recuperación. El turismo sirve a Estados Unidos en dos formas: una, como arma ideológica que intenta detener al comunismo y, otra, como instrumento de auxilio.

En esta forma los elementos que hacen factible el turismo se empiezan a considerar dentro del marco de ayuda exterior, sobre todo para los países con deficiencias en sus instalaciones y con progresivas dificultades para incorporarse a un comercio internacional de creciente competencia y menores posibilidades para obtener las divisas necesarias para el desarrollo.

Para la década de los sesenta, los gobiernos empiezan a ver con mayor interés los beneficios económicos que generan el crecimiento del turismo, sobre todo en los países en vías de desarrollo, iniciándose así la llamada década del desarrollo, en la cual las naciones más ricas deciden ayudar al Tercer Mundo, argumentando que los turistas occidentales portadores de divisas, podrían ayudar a disminuir el déficit estructural de la balanza de pagos de estos países.

En los años setenta, Estados Unidos concibe el turismo como una forma de lograr la cooperación internacional y con ello reafirmar su posición hegemónica en el esquema bipolar del mundo, instrumentando las medidas para que el turismo y otros medios de comunicación, penetren culturalmente en las formas de vida de los países en vías de desarrollo.

Los organismos internacionales comienzan a reforzar la idea, celebrándose la Primera Conferencia de las Naciones Unidas sobre viajes

internacionales y turismo, y en 1965 la UNESCO presenta un estudio sobre la importancia política y económica de esta industria. Dos años después, a propuesta de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, las Naciones Unidas proclaman como lema el Año Internacional del Turismo y Turismo: Pasaporte para la paz.

Las condiciones por las que atraviesa el grupo de países no desarrollados, le hacen alentar esperanzas, viendo efectivamente en el turismo una alternativa viable para obtener divisas.

Reconociendo su insuficiencia en la infraestructura de comunicaciones y transportes, en parte responsable de los impedimentos para alcanzar el crecimiento económico, el Consejo Económico y Social de la ONU (ECOSOC) sugiere iniciar el desarrollo de toda la infraestructura, como paso indispensable para el desarrollo y para el crecimiento en la recepción de las corrientes de turismo.

El Banco Mundial, a través de la Corporación Financiera Internacional formaliza créditos a varios países⁷.

Las políticas de desarrollo que eligieron muchos países y donde el turismo jugó un papel fundamental en sus economías, hizo que estos fueran muy susceptibles a las presiones internacionales, por la estructura funcional del turismo y la sensibilidad que tienen los viajeros a los cambios económicos, políticos y sociales del contexto mundial que prevalece.

⁷ Kenia: 3204 millones de dólares para desarrollo de proyectos hoteleros (1967-1968); 2913 millones de dólares para Jamaica para la inversión en hoteles (1969); 933 mil dólares para El Salvador, para un hotel de primera clase en la capital (1969); 9905 millones de dólares para el desarrollo de un centro turístico y una compañía tenedora en Túnez (1969); 1055 millones de dólares para compañías encargadas de desarrollar hoteles en Colombia (1969-1970); 600 mil dólares a Mauritania para el desarrollo de dos hoteles (1971); 1476 millones de dólares para el desarrollo de un hotel en Panamá (1971); 3600 millones de dólares para el financiamiento de hoteles y automóviles de servicio turístico en Kenia y Uganda (1971). A fines de 1971 el Banco Mundial realizó entregas para créditos a proyectos turísticos a través de compañías financieras para el desarrollo de 79 proyectos turísticos en países como: Malasia, Túnez, Marruecos, Tailandia y la India. Otros países beneficiados han sido Yugoslavia, México y Nepal. Jiménez, Alfonso, Turismo, estructura y desarrollo, Mc Graw Hill, México, D.F., 1993, pp. 53.

La mayor parte de los países no desarrollados quedarían a la zaga, dependientes e hipersensibles a las presiones que por medio del turismo se puede ejercer.

La situación internacional se refleja en el crecimiento del turismo, los problemas económicos que aparecen al término de la década de los sesenta, hacen crisis en los setenta⁸.

El contexto internacional en la década de los ochenta, presenta cambios como la irrupción de nuevos bloques de poder y la lucha económica y de mercados⁹: la definición de un nuevo orden mundial, a partir de la distinción política del este y del oeste; la reordenación económica y política de los países del anterior bloque oriental, que culmina en la reunificación alemana y la Guerra del Golfo Pérsico, así como la definición de la alta tecnología da paso a la primacía de Estados Unidos.

1.2.2 Turismo Nacional

Después de la conquista de Tenochtitlan por los españoles y la creación de la Nueva España, aparecen cambios en la sociedad prehispánica que caracterizarán lo que hoy es nuestro devenir histórico.

Por una parte la sociedad precolombina desconoce el caballo y el uso de la rueda¹⁰, los indígenas sólo usaban las vías de comunicación para el intercambio comercial o religioso. Por la otra parte, los fines de los españoles eran económicos, por lo cual construyeron caminos que conectaban puertos con zonas mineras y centros de actividad comercial o de poder político¹¹. De

⁸ 1971, el sistema monetaria internacional sufre una profunda sacudida, cuyo antecedente se encuentra en crisis del oro padecida años anteriores; el embargo petrolero de 1973, agrava la crisis; el panorama internacional cambia de un bipolarismo a un policentrismo, en donde aparecen nuevos polos de poder y comienza la integración de grandes bloques económicos. Poder Ejecutivo Federal, Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, Secretaría de Programación y Presupuesto, México, 1983, p. 103.

⁹ La recesión económica, derivada de los altos precios del petróleo; la crisis del bloque socialista; los países subdesarrollados ven incrementada su deuda externa y la competencia internacional por colocar sus productos.

¹⁰ Elementos indispensables para el transporte en Europa y que fueron los promotores básicos de los viajes.

¹¹ Originando de esta forma que México independiente, sea un país con grandes carencias de comunicación.

esta forma, los mesones y alojamientos se establecen a lo largo de estos caminos.

Después de la Guerra de Independencia y casi durante todo el siglo XIX, se encuentra en México un país naciente, políticamente desarticulado, dividido socialmente en diferentes poblaciones y con una economía pobre, originada por el saqueo español.

Esta época se reconoce por el clima de anarquía que impera en el territorio mexicano, así como por guerras intervencionistas que lo obligan a ocuparse en primer término de su consolidación y a mantener su integridad territorial y política.

En 1830, dos empresarios de Nueva Inglaterra y Estados Unidos inician el servicio de diligencias en México, utilizando coches de fabricación estadounidense y cubriendo la ruta que va de México a Veracruz, pasando por Jalapa. Las diligencias dan paso al ferrocarril en 1869, creado a través de concesiones, debido a que el gobierno no contaba con recursos económicos. Aunado a esto México quedó rezagado a los avances tecnológicos de Europa y América del Norte, atraso que sería muy claro posteriormente y propiciaría el control de la inversión extranjera en el sector.

Los servicios alternos como el alojamiento y la alimentación, ya habían aparecido desde finales del siglo XVIII. En 1843, a pesar de lo turbulento de la época, se empiezan a crear postas y paraderos, lugares de descanso y fondas.

Durante el siglo XIX, además del ferrocarril y las diligencias, también eran usados como medios de transporte el barco y los viajes en globo, que no son en realidad medios de transporte como tal, sino más bien una práctica de hélice y de aventura de acuerdo con la época.

Ya en siglo XX, México se enfrenta a la centralización del poder y las contradicciones socioeconómicas de su población, que han sentado las bases del movimiento armado que se avecina; el estado de su economía y su producción, así como el retraso en la infraestructura de caminos y de medios de transporte, sientan las bases del retraso económico, encaminando al país hacia su dependencia del exterior.

En 1903 llegan a México los primeros automóviles, trayendo consigo la necesidad de construir una infraestructura correspondiente a las innovaciones, pero la revolución mexicana retrasa el proceso de creación de la infraestructura. En esa época existe en México una explotación del campo, una dependencia de importación de productos manufacturados y contradicciones sociales; en este contexto los viajes y el turismo se vuelven muy elitistas. Entre 1920 y 1930 se abren las primeras obras de infraestructura vial hacia lugares turísticos nacionales.

El desarrollo de la aviación en el primer tercio de este siglo es sumamente rápido, 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 ruta México-Tampico. En 1928 se fortalece la aviación comercial, habiéndose entregado trece concesiones de rutas aéreas que ligaban diversas ciudades. Por lo que se refiere a la hotelería, en 1922 se crea la Asociación de Propietarios y Administradores de Hoteles y Moteles y en 1928, la Asociación Mexicana de Restaurantes.

La visita del turismo extranjero a México empieza a crecer después de la crisis económica mundial de 1929, siendo en ese año la visita a México del primer grupo organizado de turistas. Aunque la infraestructura es ineficiente, el número de turistas asciende a 10,820 personas durante el periodo de 1929-1930. Durante este periodo se crea la Comisión Mixta Proturismo¹², como consecuencia del incremento del turismo que visita a México, aunque la expropiación petrolera es un hecho político-económico que afectó intereses definidos y que reaccionó de manera paralela, desatando en Estados Unidos una campaña de desacreditación contra México reflejada en el turismo. Este es el primer caso en que la afluencia del turismo extranjero tiene origen y efecto en el contexto político-económico de México. La creciente importancia del turismo se ve reflejada en los discursos presidenciales de la época.

¹² Primera organización oficial propiamente turística del país, durante el régimen presidencial de Pascual Ortiz Rubio. Archivo Histórico Diplomático, LEG.53 1929-1930.exp. 15. SRE, México, 1930.

En 1939 se crean el Consejo Nacional de Turismo y la Asociación Mexicana de Turismo.

La coyuntura internacional que se presenta durante la Segunda Guerra Mundial, propicia que el turismo estadounidense se dirija a México, y así cese la campaña de desacreditación contra nuestro país. Por consiguiente, en 1941 el presidente de México, Manuel Ávila Camacho declara: "el Turismo ha sido considerado como una fuente de ingresos económicos y como medio para el desarrollo del espíritu de cooperación interamericana. El tipo de cambio internacional y las condiciones anormales de Europa han sido factores para atraer hacia México una corriente de turismo cada vez mas importante"¹³.

Después de la Segunda Guerra Mundial, en México se empiezan a dar manifestaciones gubernamentales, interesadas en aprovechar la industria del turismo como instrumento económico que auxilie al país en su desarrollo.

El gobierno de México decide que el desarrollo del país se logrará a través de la industrialización y, por lo tanto, es necesario buscar un producto que pueda exportarse y que permita financiar las inversiones que se realicen con tal propósito¹⁴. Por tanto, se encuentra en el turismo, por su creciente volumen, un vehículo con el que se pueden conseguir las divisas necesarias para adquirir los bienes de capital que requiere la industrialización. Ávila Camacho declara: "una intensa corriente de visitantes extranjeros especialmente norteamericanos, alcanzó el nivel más alto que registra el movimiento de turismo"¹⁵.

Durante su candidatura a la presidencia, Miguel Alemán da a conocer la "Carta Turística" o "Declaración Turística", en la cual mencionaba la importancia del turismo, considerando que la disminución progresiva de la importación de artículos manufacturados, conforme se fueron produciendo en

¹³ IMIT, *Desarrolló del turismo en México, cuatro etapas*, borrador mecanográfico, 1981, pp. 1-10. Ojeda, Mario. *Alcances y Límites de la política exterior de México*, Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, México, 1970, p. 136.

¹⁴ Etapa llamada de sustitución de exportaciones y desarrollo estabilizador de 1940 a 1970.

¹⁵ Declaración hecha por el presidente en su último informe de gobierno de septiembre de 1946.

el país, no originaban necesariamente un descenso en la importación, si no por el contrario un aumento en la importación de otros bienes de consumo de uso durable y de inversión, y de materias industriales que nuestros recursos naturales no nos permitían producir, así como el establecimiento y la ampliación de industrias básicas para el desarrollo del país¹⁶. La política de Miguel Alemán se orientó a la construcción de una infraestructura de acceso que constituyera el desarrollo industrial.

En el periodo presidencial de Adolfo Ruiz Cortines, se concibe el turismo como una forma de lograr una integración nacional, considerándolo como un vehículo que fomentado por el gobierno y el hombre de empresa, contribuirían a afianzar el sentimiento nacionalista.

En plena Guerra Fría, la industria turística es considerada propia de empresas privadas, por lo cual el Estado se mantiene al margen apoyando el desarrollo de la iniciativa privada, creando en 1956 FOGATUR, cuyos objetivos eran auxiliar al inversionista nacional a desarrollar hoteles. La mayor parte de la hotelería estaba en manos de capital extranjero, que invertía directamente en este ramo del sector turístico, como parte del plan de expansión económica, apareciendo las cadenas hoteleras que satisfacerían la demanda creciente.

En la década de los sesenta, cuando a nivel internacional se vive la Guerra Fría y la distensión entre México y Estados Unidos, motivada por la posición independiente de México ante Cuba, la concepción gubernamental se orientaba a considerar que los turistas debían conocer al país sin distensiones¹⁷.

¹⁶ La implantación de estas industrias -eléctrica, química, siderúrgica, mecánica- traerían como consecuencia la importación de tecnología necesaria para ello.

¹⁷ El triunfo de la revolución cubana, marca el principio del cambio en la concepción mexicana del turismo. Las presiones político-económicas que Estados Unidos ejerce contra Cuba repercuten en México, al negarse a seguir una política de lineamiento para establecer "un cordón sanitario" contra el comunismo de aquel país. Es así como la corriente turística hacia México se convierte en fuerte arma política de Estados Unidos partir de ese año se observa la reducción del turismo, a consecuencia de las políticas restrictivas, como la ineducabilidad de los impuestos derivados de las comunicaciones y gastos de relaciones públicas en viajes fuera de Estados Unidos. Ojeda, Mario, *op. cit.*, p.38.

Tanto para Adolfo López Mateos, como para Gustavo Díaz Ordaz, el turismo debería estar fundamentado en la promoción de las costumbres y el folklore del país. Además de ser un ingreso que contribuyera al financiamiento del desarrollo económico y social, el turismo también debería ser el medio de que el pueblo dispusiera para dar a conocer el modo de ser del mexicano, sus virtudes, su historia y su arte. Dicha concepción gubernamental se plasmaba en los programas específicos del Plan Nacional de Desarrollo.

En este periodo de expanden las rutas aéreas hacia todas las direcciones, de acuerdo con los cambios internacionales, en donde la aviación internacional se ha desarrollado de manera importante.

La promoción del turismo en México se hace con el propósito de consolidar la imagen del país en el mundo, realizándose a través de periódicos, carteles, revistas y audiovisuales, enfatizando el aprovechamiento de los recursos históricos.

Otro aspecto importante que se consolida en esta década es la tecnificación, abriéndose la carrera de técnico en turismo en la Universidad Autónoma del Estado de México (1959), y posteriormente en 1968, la Escuela de Turismo en la Universidad de Guadalajara. En 1969 se realiza el Plan Nacional de Enseñanza Turística previsto en cuatro niveles: adiestramiento, capacitación técnica, especialización y tecnología profesional.

En el marco jurídico se expiden la segunda y tercera Ley Federal de Turismo, cuyos objetivos básicos son fomentar el turismo nacional e internacional, supervisar los servicios turísticos, crear o autorizar escuelas de capacitación, dirigir la propaganda oficial, formar el catálogo nacional y dar el marco jurídico para la cooperación y coordinación entre las diferentes entidades relacionadas con turismo. Se publica también el Reglamento de Agencias de Viajes y el Reglamento de Guías de Turismo y Guías de Choferes.

Conforme a la Ley Federal de Turismo se fundan diversas organizaciones como las Cámaras Nacionales de Turismo; el Fondo Privado de Fomento Turístico, A.C., la Asociación Mexicana de Ejecutivos de Ventas de Hoteles, A.C. y la Oficina de Convenciones de la Ciudad de México.

A finales de la década de los setenta se instituye el Plan Quinquenal de Desarrollo Turístico 1969-1973, que programa una serie de inversiones en infraestructura y equipamiento turístico, a diferentes zonas del país.

Al comenzar la década de los setenta, el mundo vivía la crisis del petróleo 1973-1975 y las medidas restrictivas en los viajes al exterior impuestos por Estados Unidos¹⁸, coincidiendo con la postura internacional de México ante las Naciones Unidas en favor del equipamiento del sionismo con el racismo¹⁹.

A partir de 1970 el modelo político de "Sustitución de Importaciones" y de "Desarrollo Estabilizador" llegan a su fin evolucionando al "Desarrollo Compartido", teniendo como objetivo la distribución más equitativa del beneficio económico, mejorar el sector externo de la economía y dinamizar las exportaciones y el turismo. Se promueve la creación de grandes centros turísticos que sean congruentes con la política que intentaba mejorar el sector externo de la economía.

Durante los primeros años de la década de los setenta, Luis Echeverría Álvarez desde su campaña presidencial, puso de manifiesto la importancia económica del turismo y el impulso que le daría. En esta época cambiaría la concepción del turismo en donde el Estado haría lo propio para el impulso de la actividad turística.

El objetivo que se pretendía, no era solamente la obtención de recursos económicos, sino que se buscaba utilizar al turismo para el desarrollo regional e integrar a los campesinos a la actividad. El presidente aprueba la Ley Federal de Fomento al Turismo que modifica el marco de acción de algunas instituciones claves para el apoyo en su desarrollo, como FOGATUR e INFRATUR y eleva el rango del Departamento de Turismo al convertirlo en Secretaría de Estado.

¹⁸ A partir de ese año se observa la reducción del turismo, a consecuencia de las políticas restrictivas, como la indeducibilidad de los impuestos derivados de las comunicaciones y gastos de relaciones públicas en viajes fuera de Estados Unidos.

¹⁹ Postura a la cual la poderosa comunidad judía de Estados Unidos, reacciona fuertemente repercutiendo negativamente en México, ante las presiones económicas y políticas da marcha atrás; observando en otra situación como el turismo es utilizado como instrumento de presión política internacional. *Ibidem*, p. 197.

La Secretaría de Turismo como órgano del Poder Ejecutivo, aglutinaría las acciones del sector para mejorar la coordinación de la actividad. Intenta vertebrar las acciones de la actividad a través de un instrumento en la planificación que englobe las diversas necesidades, creando de esta forma el Sistema Nacional de Planificación Turística cuyo objetivo es racionalizar el desarrollo turístico del país.

En la segunda mitad del decenio, con José López Portillo a cargo de la presidencia de la República, cambia su orientación respecto a la obtención de la mayor parte de las divisas de país. A partir de esos años el petróleo sería el principal artículo de exportación de México, dando un nuevo enfoque a la política turística, considerando que éste se convertiría en instrumento para aliviar a corto plazo la situación por la cual atravesaba el país, dado que la industria petrolera no es apta para la explotación de grandes volúmenes. A largo plazo dejaría de considerarse como instrumento importante de la estrategia del sector externo de la economía²⁰.

Para 1978 el cambio de política significó reorientar la oferta nacional hacia el mercado nacional, ocasionando la creación de organizaciones de turismo que promueven la demanda interna.

En 1980, el Plan Nacional de Desarrollo Turístico cambió la orientación básica de la planta y la concepción de la comercialización. Se reconoció que el desarrollo turístico, por su captación de divisas, suponía la construcción de infraestructura y de servicios orientados a los grupos de mayores ingresos relativos y mostraba la fragilidad ante situaciones de crisis y presiones internacionales.

Lo cual se ratificó con los sucesos coyunturales que se verificaron al final de 1984, por un problema derivado del narcotráfico. Estados Unidos presionaba para que México permitiera un mayor margen de operación a sus

²⁰ Este enfoque se vería modificado posteriormente, cuando todos los documentos oficiales consideraban al turismo como un sector estratégico de la economía y dada la coyuntura desfavorable para el petróleo en el mercado internacional al iniciar la década de los ochenta. Jiménez, Alfonso, *op. cit.*, p. 147.

agentes en el país, exigiendo una acción más decidida por parte de las autoridades mexicanas contra la producción de enervantes y su introducción a ese país, después de los acontecimientos relativos al caso del agente de la DEA, Enrique Camarena que había sido secuestrado y muerto por narcotraficantes en ese año, aunado a los aspectos estructurales de la competencia de las líneas aéreas de Estados Unidos en la ruta del Atlántico del Norte.

En los años ochenta la interacción de distintos elementos dió origen a que se desarrollara en México una aguda crisis económica, originada en gran parte por la caída de los precios internacionales del petróleo, el agudizamiento de la recesión mundial, así como la integración de otros componentes: una tasa de inflación significativa; un déficit público sin precedentes; la carencia de ahorro para financiar la inversión estatal por la contracción de créditos externos y el aumento de las tasas de interés en los mercados de capitales internacionales, que agravaron la cuantiosa deuda externa mexicana, cuyo servicio imponía una carga excesiva al presupuesto y a la balanza de pagos, provocando el desplazamiento de recursos anteriormente destinados a la inversión productiva y a otros gastos. Ante esta situación, el turismo fue retomado como instrumento económico auxiliar en la solución de esa problemática.

Dentro del contexto mencionado, la política turística verificaría dos momentos en la década de los ochenta: primero, el Estado continúa siendo el principal responsable del desarrollo, al inicio del periodo presidencial de Miguel de la Madrid Hurtado; segundo, en 1985 a mediados de su periodo, en el que se verifica un cambio de política con el que se inicia un proceso de desinversión, en donde progresivamente se va deshaciendo de sus activos y va promoviendo las empresas y las acciones privadas.

a. Ubicación geográfica, atractivos naturales y cultura de México.

Gran parte del papel estratégico que juega el sector turístico dentro de la economía en México, se debe precisamente a la situación geográfica en la que

se ubica nuestro país y a la gran diversidad de atractivos naturales con los que cuenta, así como sus costumbres, monumentos culturales y arqueológicos y ciudades coloniales. Su territorio se encuentra en el hemisferio septentrional, área en la que se concentra la mayor parte de la población mundial y que aloja la más alta densidad demográfica y la mayoría de los países industrializados

La República Mexicana cuenta con una extensión territorial total de 1'958,210 km², una superficie insular calculada en 5,073 km², y una plataforma continental de aproximadamente 431, 051 km². Es por ello que en el nivel mundial, México ocupa el 14º lugar entre los países y 5º de América en cuanto a dimensión de su territorio.

Las fronteras naturales de México son: hacia el norte colinda con Estados Unidos de Norteamérica en 3,114.7 km. de la cual la mitad pertenece al Río Bravo y una porción de 32 km. al Río Colorado; y hacia el sur colinda en 1200 km. con Guatemala y con Belice en 962 km. y 259.2 km. respectivamente.

Geográficamente México forma parte de Norteamérica, bañado por los océanos Pacífico hacia el este y por el oeste el Atlántico en 10,143 Km., siendo estos los más transitados del mundo, lo que le da a nuestro país una posición destacada y ventajas físicas y económicas. Entre estas ventajas se encuentra su casi central posición en América lo que le permite desarrollar sus relaciones con los países del resto del Continente Americano. Además, el desarrollo de relaciones comerciales y diplomáticas nos han llevado a desarrollar una política neutral para evitar asperezas con nuestro vecino del norte, de esta manera, México se presenta como mediador entre América del Norte y Sur.

Otra de las ventajas de México, es la relativa cercanía de la mayor parte de las naciones americanas y una distancia hacia Europa y Asia proporcionalmente corta, en comparación con otros países americanos.

Dentro del relieve orográfico destaca principalmente la formación de montañas muy altas, como la Sierra Madre Oriental, la Sierra Madre Occidental, la Sierra de Baja California, el Istmo de Tehuantepec y la Sierra Volcánica Transversal que atraviesan nuestro país, además de zonas

volcánicas cuya atracción natural y bellos paisajes, atraen a nacionales y extranjeros.

Hacia la zona del Golfo de México, se ubican los estados de Tamaulipas, Campeche, Yucatán y Quintana Roo, conectados al Caribe y al Océano Atlántico, permitiendo la entrada de mercancías extranjeras, debido a que cuenta con puertos de gran altura y astilleros para barcos de gran tonelaje. En esta misma área Veracruz y Tabasco, poseen una región selvática muy densa y una gran variedad de frutas.

En cuanto a hidrología, México cuenta con varios ríos como el Bravo, Colorado, Usumacinta, Suchiate, Grijalva y Hondo, cuya importancia estriba en el cruce de mercadería extranjera y la división de territorios, además de otros ríos y lagos que proporcionan a las poblaciones que rodean de atractivo y facilidades para navegar y pescar, así como otros cuya función es de desembocaduras de mar o generadores de energía eléctrica por su caudal.

México también está conformado por varias islas: las Revillagigedo, en el Océano Pacífico, Cedros, en Baja California Norte, Magdalena y Santa Margarita, en Baja California Sur, las del Ángel de la Guarda y Tiburón, entre Baja California Norte y Sonora; y hacia el sur de Baja California Sur y Sinaloa, están las islas Tortuga, Santa Catalina, San José, Carmen, Montserrat, Santa Cruz, Cerralvo, Espíritu Santo, Isabel y las Tres Marías: María Magdalena, María Madre y María Cleofas en Nayarit; en el Caribe y Golfo de México, Cozumel, Cancún, Mujeres, en Quintana Roo, Contoy, y la isla del Carmen en Campeche, siendo estas últimas las únicas que destacan turísticamente, ya que las anteriores están habitadas por población doméstica, por criminales altamente peligrosos o por destacamentos militares.

CAPÍTULO 2

EL TURISMO COMO ACTIVIDAD

ECONÓMICA EN MÉXICO

CAPÍTULO 2. EL TURISMO COMO ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MÉXICO

Como se pudo ver en el capítulo anterior, el turismo es una actividad económica, que como en cualquier otra involucra la intervención de demandantes y oferentes, que constituyen el llamado mercado turístico, donde el conjunto de oferta y demanda de servicios genera un considerable volumen de actividades, operaciones y transacciones. La oferta la integran una serie de servicios, tales, como: transportación, hospedaje, alimentación entre otros. La demanda a su vez surge de los requerimientos que la corriente turística tiene respecto de esos servicios. En México el desarrollo de esta actividad es fomentada a través de las políticas instrumentadas por el gobierno, que se apoya en organismos especializados, principalmente la Secretaría de Turismo (SECTUR). Dentro del proyecto presidencial de cada sexenio, la actividad turística, encuentra su expresión en esta Secretaría de Estado, cuya norma máxima es la Ley Federal de Turismo, que contiene las pautas para controlar, organizar, clasificar, dirigir y apoyar las actividades relacionadas o derivadas de la prestación de los servicios turísticos. Por otra parte se lleva a cabo la publicación del Programa Nacional de Modernización del Turismo, el cual contiene las directrices principales ha seguir, durante su período, para consolidar sus propósitos. En la búsqueda por la diversificación de fuentes de recursos para invertir en turismo se cuenta con el apoyo de instituciones como: Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT).

La obtención de resultados positivos del turismo se pueden medir con la interpretación de los indicadores económicos del turismo: generación directa e indirecta de empleos y la captación de divisas, así como el fomento al desarrollo regional.

Por lo tanto en este capítulo se explicará el desarrollo de la actividad turística en México, durante la década 1985-1995, sus fines y sus resultados.

Durante estos diez años, México ha tenido tres administraciones, que han dirigido el sentido del sector turístico.

En el sexenio presidencial de Miguel de la Madrid Hurtado, el turismo se colocaba en cierta ventaja comparativa ante el extranjero, debido al nivel de precios – resultado de la devaluación de la moneda nacional que influyó en el tipo de cambio -, siendo México un destino competitivo que ofrecía servicios de mayor calidad turística a precios más bajos.

Con Carlos Salinas de Gortari la modernización del sector turismo era un proceso de mediano y largo plazos, en que las acciones se orientaban a crear las condiciones que permitieran participar y competir como ventajosamente en un mercado turístico mundial cada vez mas globalizado y competido, así como avanzar la creación de una oferta mas diversificada. Para ello durante esta administración se inició y reforzó las acciones de fomento a la inversión, promoción y publicidad, descentralización, desregulación, coordinación, concertación e inducción.

Para 1995, la política turística en México se orienta a recuperar e incrementar la competitividad de nuestros centros y regiones turísticas mas importantes. Dirigidos en primer término a los destinos turísticos de playa, a las principales ciudades de la frontera norte del país y las grandes ciudades coloniales y una nueva oferta turística de nuevo tipo en la Sierra Tarahumara, en el Mundo Maya del sureste de México y parques naturales y áreas protegidas seleccionadas: zona de la ballena gris y la Mariposa Monarca.

2.1. SECTUR

La Secretaría de Turismo es creada el 29 de diciembre de 1974, como órgano del Poder Ejecutivo, que en teoría aglutina las acciones del sector para mejorar

la coordinación de la actividad, teniendo como función principal el dirigir la política turística en México como Secretaría de Estado.

A través de la planificación, la Secretaría de Turismo instrumenta las acciones de la actividad encaminadas a la satisfacción de las diversas necesidades del sector.

2.1.1. Objetivos

Los objetivos generales del sector turístico se derivan del Plan Nacional de Desarrollo, con los cuales se definen los lineamientos que permiten establecer las bases para el desarrollo de la actividad turística a través del cumplimiento de metas que contribuyen a los propósitos generales del país. Esto podrá ser posible dado el carácter estratégico de la actividad turística para influir en el desarrollo regional, en la generación de empleos y en la captación de divisas, lo cual convierte a este sector en un instrumento de desarrollo económico y social.

A partir de esto el Poder Ejecutivo Federal realiza el Programa Nacional de Modernización del Turismo, en el cual se dictan los objetivos específicos a cumplir dentro del sector como una serie de estrategias y programas que fijan el camino a seguir, para el logro de estos fines.

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, Miguel de la Madrid pretendía la formulación e instrumentación de una política y estrategia de carácter espacial que logren la identificación cualitativa de los atractivos, definiendo zonas y corredores que deben ser contemplados por la planeación regional y un aprovechamiento óptimo del potencial turístico. Fomentada en una política de financiamiento acorde a las necesidades de la inversión turística y de la disponibilidad de recursos, que estimulen a esos proyectos y obras que contribuyan al logro de las prioridades del desarrollo, fomentando la inversión privada y social del sector turístico. El PND destaca la gran variedad de atractivos turísticos, lo que hace de esta actividad una oportunidad de desarrollo aprovechable. Proporcionando la posibilidad de

explotación económica de los atractivos turísticos, como una alternativa de crecimiento económico. Viéndose beneficiados otros sectores productivos, debido a su estrecha relación con la actividad turística.

Durante el sexenio del presidente Miguel de la Madrid, El Programa Nacional de Modernización del Turismo 1984-1988, sostenía los siguientes objetivos sectoriales:

1. Consolidar el papel estratégico del turismo en el desarrollo económico del país.
2. Hacer del turismo una experiencia creativa que difunda los valores y cultura de México.

En este período México atraviesa por una crisis económica, la cual debe enfrentar para continuar con el proceso de desarrollo. El sector turístico propicia la generación de fuentes de trabajo en forma directa e indirecta.

Esta crisis se originó por la interacción de distintos elementos como: la caída de los precios internacionales del petróleo²¹ y el agudizamiento de la recesión mundial. Además de la tasa de inflación elevada, déficit público y el crecimiento de nuestra deuda externa. Así como la disminución en la reserva monetaria, lo cual significaba la posibilidad de suspensión de pagos. El turismo fue retomado como instrumento económico auxiliar en la solución del problema.

Como ya se sabe es precisamente a partir de 1985, cuando se verifican el cambio de política en la administración de Miguel de la Madrid, pasando de un Estado responsable del desarrollo, a un proceso de desinversión y minimización del Estado dentro de la economía²².

Para el sexenio de Carlos Salinas de Gortari el seguimiento de la política neoliberal, era innegable. Considerando al igual que otros presidentes al

²¹ En la década de los sesenta, México se consideró como un país petrolero, debido a las exportaciones petroleras que este realizaba y que habían generado el endeudamiento externo.

²² En el capítulo III se hablará más ampliamente sobre la adopción de México de las políticas neoliberales, como alternativa de desarrollo.

turismo como generador de empleos, equilibrio regional y fuente de divisas. Los instrumentos básicos de la política turística en el país siguen siendo:

1. Promoción y publicidad que divulguen los recursos naturales e instalaciones.
2. Promoción del desarrollo de infraestructura, incluidos la oferta de nuevos centros turísticos y la nueva oferta hotelera.

Recogiendo los lineamientos del PND y del Foro de Consulta Popular²³, se instrumentó el Programa de Modernización 1988-1994, el cual señala los siguientes objetivos sectoriales:

1. Propiciar el crecimiento sostenido de la actividad turística nacional y lograr una mayor y mejor distribución de sus beneficios en las economías locales donde se generen.
2. Lograr el desarrollo equilibrado de la actividad turística en el ámbito regional propiciando la utilización racional de los recursos naturales, históricos y culturales del país.
3. Fortalecer la identidad nacional, preservar y difundir los valores culturales, históricos y tradicionales de México.
4. Promover la imagen de México como una de los principales atractivos del mundo.
5. Fortalecer los mecanismos de coordinación, inducción y concertación.

Con lo anterior podemos resumir la consolidación del turismo bajo los siguientes preceptos:

1. La búsqueda de la consolidación nacional, que conlleva como consecuencia la proyección internacional.
2. La consideración de la importancia de este sector para el desarrollo económico del país, por la fuente de divisas y la generación de empleos, así como el desarrollo regional²⁴.

²³ En los Foros de Consulta Popular se intentó dar el sustento democrático de las acciones políticas que permitieran expresar opiniones, quejas y soluciones, con respecto al sexenio anterior. Poder Ejecutivo Federal, Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, SPP, México. 1988, P.21

El Doctor Ernesto Zedillo Ponce de León, toma el poder el 1 de diciembre de 1994, y días después se devalúa el peso, sumergiendo al país en una crisis, considerada la más grave. Lo que 1995 significa un año difícil, un año de transición.

El Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, indica que la actividad turística es la opción más rápida y viable de desarrollo para algunas regiones del país; que el empleo turístico de generación rápida, cuesta menos, incorpora fuerza de trabajo joven y de ambos sexos; que el país tiene ventajas relativas por su vecindad con grandes mercados y sobre todo por la singularidad de sus recursos.

Los objetivos del Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000 son :

1. Aumentar la capacidad competitiva del sector.
2. Promover un desarrollo turístico sustentable.
3. Mantener, mejorar y ampliar la planta de empleo en el sector turístico.
4. Incrementar la captación de divisas por recepción de turismo.
5. Fomentar el desarrollo regional.

El cumplimiento de estos objetivos podemos verlos reflejados en los números que se registran en la balanza de pagos por concepto de gastos de turistas en el país.

La actividad turística generó de 1985 a 1990, saldos netos en divisas por 7,630 millones de dólares, permitiendo de esta forma financiar parte del déficit en la balanza de cuenta corriente. Durante 1985, el turismo receptivo alcanzó 4.2 millones de personas lo cual representó una disminución del 10 por ciento con respecto al año anterior, debido a los problemas que se suscitaron en México, como la sobredevaluación del peso frente al dólar, la difusión sobre incidentes aislados en algunas carreteras del país, la extensa información en el exterior sobre problemas derivados contra el narcotráfico y los sismos de 1985.

²⁴ La construcción de desarrollos turísticos, conlleva a la implantación de toda una infraestructura y servicios públicos, en la comunidad aledaña al centro turístico. *Ibidem*. P.370

Por lo que en este año la captación de divisas decreció a 1,720 millones de dólares. Así los egresos crecieron de 648 a 668 millones de dólares al incrementarse el volumen de viajeros nacionales hacia el exterior. Aunque el turismo egresivo aumentó y el receptivo disminuyó, cabe decir que la caída del gasto medio de los primeros compensó la disminución del segundo, por lo que el saldo en la balanza turística no alcanzó en este año los niveles de los años previos.

Para 1986 el turismo receptivo recuperó su volumen, alcanzado durante 1983 y 1984 a más de 4.6 millones de turistas extranjeros e incrementando un 10 por ciento en relación del año 1985, resultado del programa emergente de promoción puesto en marcha para contrarrestar los efectos negativos de los sismos de 1985, lo cual dio la posibilidad de recuperar la imagen de México en el exterior. (ver cuadro 2.1)

Año	Miles de personas	Variación %
1983	4749	26.1
1984	4655	-2
1985	4207	-9.6
1986	4625	9.9

Cuadro 2.1.

Fuente: Estadísticas Básicas del Sector Turismo.

Entre las ventajas que influyeron la evolución positiva del turismo extranjero se encuentran: en el contexto internacional, la economía norteamericana sostiene un ritmo de crecimiento económico, el dólar estadounidense sufre fuertes devaluaciones frente a las principales divisas

europas y el yen japonés, lo que significa un aumento en el costo del viaje para los norteamericanos a esos destinos. A nivel interno se observa un clima de tranquilidad y paz, lo contrario sucedía en Europa, lo que permitió a México receptor mayor turismo.

En 1986 la captación de divisas se incremento en casi 15 por ciento, con respecto al año anterior aún sin alcanzar los ingresos de 1984. (ver cuadro 2.2)

Años	Turismo	Receptivo	Turismo	Egresivo
	Millones de dólares	Variación %	Millones de dólares	Variación %
1983	1624.5	15.5	441.3	-44
1984	1952.7	20.5	648.6	47
1985	1719.7	-11.9	686	2.4
1986	1791.7	4.9	620.2	-6.6

Cuadro 2.2

Fuente: Estadísticas Básicas del Sector Turismo.

En 1987 la balanza turística²⁵ de nuestro país registró un saldo positivo de 1,490 millones de dólares, superior a 1986 en un 27 por ciento. Favorecido por el incremento de los ingresos a 2,274 millones de dólares, ante 784 millones de egresos por turistas nacionales que viajaron al extranjero. (ver cuadro 2.3)

²⁵ La balanza turística es el saldo de comparar el ingreso de divisas del turismo receptivo con el egreso de divisas del turismo egresivo. SECTUR. Estadísticas básicas de la actividad turística. SECTUR. México 1988. P. 34

Año	Miles de Personas		Millones de dólares		Balanza Turística	Variación %
	Turismo egres.	Turismo recep.	Turismo egres.	Turismo recep.		
1985	2736.5	4207	664.3	1719.7	1055.4	-19.1
1986	2469.5	4625	620.2	1791.7	1171.5	11
1987	288.7	5407	784.2	2274.4	1490.2	27.1
1988	3351.2	5692	1104.8	2544.3	1439.5	-3.4

Cuadro 2.3

Fuente: Estadísticas Básicas del Sector Turismo.

Durante este período la participación de los egresos de la cuenta de viajeros²⁶, en los egresos de la cuenta corriente del país, incrementó 8.3 por ciento al 10 por ciento y la participación de en los ingresos de la cuenta de viajeros en los ingresos de la cuenta corriente del 10.0 por ciento al 13.0 por ciento pasando del 6.0 por ciento al 10.1 por ciento la participación del saldo de la cuenta de viajeros en el saldo de la cuenta corriente. (Ver cuadro 2.4)

Año	Ingresos			Egresos			Saldos		
	Cta corr.	Cta viaj.	Part. %	Cta corr.	Cta viaj.	Part. %	Cta corr.	Cta viaj.	Part. %
1985	31638	3239	10.2	31233	2458	7.9	-12903	780	6
1986	25183	3337	13.3	26950	2393	8.9	-7350	944	12.8
1987	31443	3927	12.5	27623	2595	9.4	-4057	1332	32.8
1988	33742	4365	13.0	36663	3602	9.6	-8605	885	10.1

Cuadro 2.4

Fuente: Estadísticas Básicas del Sector Turismo.

²⁶ La cuenta de viajeros incluye turismo receptivo, viajeros fronterizos y pasajes internacionales. En la balanza de pagos se registra el rubro de viajeros internacionales que incluye turistas y excursionistas. En el capítulo I se explica más ampliamente la medición del turismo internacional. SECTUR, Informe de Labores 1993-1994, Secretaría de Turismo, México, 1994, P.61

En cuanto a la generación de empleos la actividad turística durante este período ocupó mas de 5,000 personas indirectamente y mas de 2,000 personas directamente. (ver cuadro 2.5)

Año	Personal ocupado a nivel nacional	Personal ocupado en la actv. turística		
		total	empleos directos	empleos indirectos
1985	21956	1791	512	1279
1986	21640	1811	518	1293
1987	21867	1825	522	1303
1988	22055	1843	527	316

Cuadro 2.5

Fuente: Estadísticas Básicas del Sector Turismo.

Durante 1989 la actividad turística contribuyó con un 2.8 por ciento en el PIB²⁷, siendo el segundo generador de divisas con el 2.8 por ciento en los ingresos de la cuenta corriente. La entrada de divisas fue de 2,982 millones de dólares superando en 17.2 por ciento a 1988.

En 1990 el sector participó con el 2.7 por ciento PIB y se mantuvo como segundo generador de divisas al contribuir con el 16.0 por ciento en los ingresos en cuenta corriente excluyendo exportaciones de petróleo crudo.

1991, fue un momento crítico para la actividad turística mundial, por causa de la Guerra del Golfo Pérsico y la recesión económica principalmente de Estados Unidos, iniciada a mediados de 1990. Mientras que el turismo mantuvo su participación en 3.0 por ciento en el PIB, contribuyó con 8.3 por ciento en los ingresos de la cuenta corriente. En los ingresos de divisas ascendió a 3,783.3 millones de dólares con un crecimiento de 11.22 por ciento con respecto a 1990.

En 1992 el sector turismo participó con el 3.0 por ciento al PIB, contribuyó con 6.4 por ciento en los ingresos de la cuanta corriente de la

balanza de pagos, que se eleva al 10 por ciento si se incluyen los ingresos por viajeros fronterizos. El ingreso de divisas fue de 3,868 millones de dólares con un crecimiento de 2.2 por ciento con respecto a 1991.

En este año la balanza turística alcanzó 1,789.0 millones de dólares, con una disminución de 6.0 por ciento con respecto al año anterior. (ver cuadro 2.6)

Año	Turismo receptivo		Turismo egresivo		Balanza turística
	miles de personas	millones de dólares	miles de personas	millones de dólares	
1989	6186	2954	3862.9	1544.7	1409.3
1990	6393	3400.9	4321.2	1936.5	1464.4
1991	6372	3783.7	4172.9	1878.5	1905.2
1992	6352	3867.8	4678	2079.4	1788.4
1993	6625	4019.3	4725.3	2123	1896
1994	7135	4254	5047	1950	2304
1995	7784	4051	3703	1023	3028

Cuadro 2.6

Fuente: Estadísticas Básicas del Sector Turismo.

Los ingresos recibidos por visitantes internacionales en 1995, ascendieron a 6,164 millones de dólares mientras que el gasto que realizaron los mexicanos que viajaron al extranjero fue de 3,154 millones de dólares, por lo que en ese año se obtuvo un saldo superavitario de 3,000 millones de dólares. (ver cuadro 2.7)

²⁷ La participación del Turismo en el Producto Interno Bruto, incluye la rama 63 de hoteles y restaurantes. *Ibidem*, pág. 2

Año	Visitantes internacionales a México/millones de dólares	Visitantes de México al exterior/millones de dólares	Saldo
1985	2949	2258	691
1986	3028	2177	851
1987	3539	2365	1174
1988	4048	3207	847
1989	4821	4247	574
1990	5526	5518	8
1991	5929	5813	146
1992	6085	6107	-22
1993	6625	4777	1847
1994	6363	5338	1025
1995	6164	3153	3011

Cuadro 2.7

Fuente: Estadísticas Básicas del Sector Turismo.

En México la industria turística es un elemento fundamental en la creación de empleos, se calcula que contribuye con el 9 por ciento del total de la planta de empleo, alrededor de 600,000 empleos directos y 1 millón 500 mil indirectos. (ver cuadro 2.8)

Año	Miles de personas		
	Total	Directos	Indirectos
1985	1791	512	1279
1986	1811	518	1293
1987	1825	522	1303
1988	1843	527	1316
1989	1878	537	1341
1990	1919	549	1370
1991	1947	560	1387
1992	2120	605	1514
1993	2126	607	1518
1994	2155	615	1539
1995	2114	604	1510

Cuadro 2.8

Fuente: Estadísticas Básicas del Sector Turismo.

El sector turismo participa en 1992 con el 3.0 por ciento del producto interno del país, manteniendo su participación que registró en 1991, además de que es una actividad, después del petróleo, de gran captación de divisas. (ver cuadro 2.9)

Año	PIB nacional	PIBde la rama 63	Participación %	Variación %
1985	4920430	129460	2.6	-10.8
1986	4738600	125288	2.6	-3.2
1987	4817733	129431	2.7	3.3
1988	4875994	130359	2.8	0.7
1989	5034653	141564	2.8	8.6
1990	5255777	153498	2.9	8.4
1991	5445560	164007	3.0	7.5
1992	5615955	177029	3.0	6.9
1993	5640761	179762	3.1	1.9
1994	5857472	186876	3.1	1.5
1995	5451500	168557	3.0	-9.8

Cuadro 2.9

Fuente: Estadísticas Básicas del Sector Turismo.

2.1.2. Estrategias y Programas

La estrategia se orienta a contribuir al logro del gran propósito señalado en el PND. Para el cumplimiento de los objetivos sectoriales, las estrategias instrumentadas están encaminadas a la consolidación de la actividad turística en los mercados más rentables.

Los actores principales de estas estrategias son los propios prestadores de servicios turísticos con el apoyo de las autoridades federales y estatales. El sector esta relacionado con un gran número de actividades de otros sectores; la acción turística y el cumplimiento de los objetivos depende también de la participación coordinada con los gobiernos estatales.

Bajo la estrategia "Fondos Mixtos de Promoción Internacional", en las que se hacen coparticipes los prestadores de servicios y las autoridades

estatales y municipales, en el que se conjugan esfuerzos técnicos, económicos y profesionales, se creó un mecanismo de promoción y fomento, que constituye un esfuerzo tripartita coordinado (sector privado, público federal y estatal) logrando acciones conjuntas para la promoción de los respectivos destinos turísticos.

Su fin reside en elaborar programas de apoyo y difusión para los atractivos del país a nivel internacional, y por lo tanto incrementar la afluencia y permanencia en él. Durante 1991-1992 se constituyeron nuevos Fondos Mixtos para la promoción y publicidad nacional e internacional. Como congruencia del Plan Nacional de Desarrollo y el Programa de Modernización del Turismo 1989-1994, cuya estrategia indica que se propiciará la creación de Fondos Estatales y de Sociedad de Inversión para la Promoción y Desarrollo de la Oferta Turística Nacional, con aportaciones de los gobiernos federal, estatal y municipal, así como de la iniciativa privada y sector social. SECTUR constituyó desde 1989 los Fondos Mixtos de Promoción y Publicidad Turística, bajo la figura jurídica de un Fideicomiso, el cual se constituye con las aportaciones de cada una de las partes que intervienen en cada fondo.

El Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 muestra la estrategia de que el gobierno promoverá un nuevo federalismo para fortalecer a estados y municipios, para avanzar en la descentralización y el desarrollo regional, para continuar con la reestructuración de los gobiernos y para modernizar las administraciones públicas. En cumplimiento con dicha estrategia el Programa de Desarrollo del sector Turismo establece que SECTUR continuará promoviendo la reorganización del sector, de acuerdo a la Ley Federal de Turismo y contribuirá con una participación más eficiente de la política de descentralización de parte de los estados y municipios con una buena coordinación entre ellos.

En 1991 destacaron los Fondos Mixtos del Circuito Ecoturístico del Mar de Cortés y la Barranca del Cobre, con aportación del sector privado, cinco

estados²⁸ y SECTUR. Sus logros han sido frenar la pesca ilegal de una especie parecida al pez sierra. En cuanto a este aspecto sólo existe este fondo mixto para tratar la preservación de especies marinas, lo cual no indica que dejen de existir programas estatales que protegen a las especies, como en Baja California Sur, cuidan la cría de la ballena gris, los lobos marinos y las focas.

El Fondo Mixto de la Ciudad de México, está conformado por aportaciones de la Secretaría de Turismo, del Departamento del Distrito Federal, La Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles y la Cámara Nacional de Comercio. Su fin consiste en la atracción de turistas con gustos culturales, o bien ampliar su estancia, promoviendo los atractivos arqueológicos e históricos del lugar.

En febrero de 1993 se llevó a cabo la III Reunión de Fondos Mixtos de Ciudades Coloniales, en el Hotel Conquistador del Paseo Montejo en Mérida, Yucatán. Estuvieron presentes en esta reunión 18 entidades (30 municipios), consiguiendo constituir un fondo de aproximadamente 8 millones de pesos.

Para 1993 existían 15 Fondos Mixtos de Publicidad y Promoción en diversos lugares como: Acapulco e Ixtapa Zihuatanejo, Guerrero; Cancún y Cozumel, Quintana Roo; Ciudad de México, D.F.; Mérida, Yucatán; la Paz y los Cabos, Baja California Sur; Ruta Maya, Tabasco, Campeche y Quintana Roo; Corredor Tijuana-Ensenada-Mexicali, Baja California Norte; El Puerto de Veracruz, Veracruz; Las Ciudades Coloniales; Mar de Cortés, Sonora y Puerto Vallarta, Jalisco. Ya en 1994 sumaban 27, implementándose Mazatlán, Nuevo León, Puerto Escondido, Rosarito, Tijuana, San Felipe, Chihuahua, San Carlos, Manzanillo, Guadalajara, Cd. de Oaxaca y Huatulco.

Para llevar a cabo las actividades turísticas, se han realizado proyecciones y desarrollado programas, como el de "Bienvenido Paisano", que ha otorgado facilidades aduanales y migratorias, logrando además la

²⁸ Los estados que integran este Fondo son: Baja California Sur, Baja California Norte, Chihuahua, Sonora y Sinaloa. SECTUR, Informe de Labores 1990-1991. Secretaría de Turismo, México, 1991, pág. 25

cancelación de retenes en las carreteras. Este programa permitió a nuestros connacionales, conocer de un modo específico cuales son sus opciones, ventajas, y oportunidades al regresar a México o venir a visitar a sus familiares.

Hacia el sur se implementa a partir de 1992, un programa de llamado "Centroamérica Vecinos", entre Chiapas, Quintana Roo y Yucatán, con Guatemala y Belice; fundado principalmente en los términos de "Bienvenido Paisano".

Referente a carreteras se instrumentó el programa "Turismo Carretero", que integran a sus tareas el movimiento de autobuses y automóviles en el territorio nacional y la promoción de afluencia extranjera por las fronteras.

Este programa se extiende por todo el país para la remodelación y modernización de la vías de acceso, del uso de gasolina sin plomo, de instalaciones sanitarias óptimas, por lo cual se dio concesiones a particulares. A todo esto se suma una campaña por parte de las autoridades de la Policía Federal de Caminos, los Angeles Verdes y los mismos residentes de las áreas visitadas que han promovido un mayor apoyo y seguridad al visitante, aunque esto ha sido en algunos casos insuficiente.

Dentro del Programa Turismo Carretero, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes integró un grupo de trabajo binacional con representantes oficiales norteamericanos y mexicanos con el cual constituyó la "Comisión Trilateral de Asesoría al Transporte México-Estados Unidos-Canadá, dentro del esquema del TLC". Para facilitar el turismo carretero a México, este grupo lo integran las autoridades de aduanas, migración y policía.

Otro trabajo destinado al desarrollo turístico de una área específica de nuestro país es el Programa del Mundo Maya, que consiste en el impulso de zonas arqueológicas y del medio ambiente natural de Campeche, Tabasco, Yucatán, Chiapas, y Quintana Roo.

Por otro lado se ratificó un compromiso de acciones orientadas a la restauración de zonas arqueológicas e históricas y la formación de un banco de datos para salvaguarda de la ecología. Esto durante 1993 con la firma de

SECTUR de las extensiones de los convenios institucionales para la restauración arqueológica²⁹. Así mismo se concertó la firma de nuevos convenios con el Instituto Nacional de Antropología e Historia para la restauración de zonas arqueológicas³⁰, quedando así incluidos todos los estados que integran el Mundo Maya en los proyectos ecoarqueológicos interinstitucionales. En lo referente al turismo alternativo se continúa con el circuito ecoturístico "Agua Selva", en el municipio Huimanguillo, Tabasco. Bajo este esquema se contemplaron zonas propuestas por la organización "Maya Lum", para la conformación de otros circuitos ecoturísticos.

Para dar apoyo al Programa Mundo Maya, se incrementó vuelos entre los diferentes países que participan en el programa regional, impulsándose a las líneas aéreas centroamericanas para poder transportarse a destinos mexicanos. Así, en 1994, las embajadas de México, el Salvador, Guatemala y Honduras en Colombia organizaron la I Semana del Mundo Maya en Santa Fe de Bogotá, considerado como un programa piloto para la proyección de futuras actividades promocionales del Mundo Maya en países considerados como mercados emisores de gran potencial para esta región.

Hacia el norte del país existe otro programa relativo al desempeño de las relaciones con nuestro vecino Estados Unidos: El Programa Frontera Norte, principalmente para la atracción de turistas por vía terrestre, trabajadores del sur Estados Unidos y norteamericanos. Este programa fija la frontera como el sitio idóneo para cruzar a nuestro país.

Esta es una parte del país que se tenía muy descuidada y abandonada, a pesar de la implementación de campañas para facilitar los trámites aduanales, quizá debido a que no existe una infraestructura turística fuerte que

²⁹ La restauración de zonas arqueológicas se llevó a cabo en los siguientes sitios: Dzibilxhtún, Uxmal, Labná e Izamal en Yucatán; X'pujil y Calakmul en Campeche; Chichan-Ha, Chacchoben y La Laguna en Quintana Roo; Comacalco, La Venta, Pomona y Malpasito en Tabasco. SECTUR, Informe de Labores 1993-1994, Secretaría de Turismo, México, 1994, pág. 32

³⁰ Estas zonas arqueológicas son: Chikultic, Tenam-Puente y Jun-Chavin en el estado de Chiapas. *Ibidem*, pág. 31

sirva de alternativa para llamar la atención del americano de la frontera. Para lo que se realizaron diversas acciones con el objeto de cambiar la imagen de esta zona y transformarla en un destino turístico capaz de retener al visitante por más de 24 horas.

Con tal motivo se han diseñado subprogramas como: El Corredor Tijuana-Ensenada; el Circuito Ecoturístico del Mar de Cortés y Barranca del Cobre con su respectivo Fondo Mixto³¹.

Por último, el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, se identificó un nuevo concepto para diversificar la oferta turística. Para lo cual se implementó el Programa de Ciudades Coloniales, cuya función es dar a conocer y destacar nuestra cultura e historia hacia zonas internas del país, promoviendo festivales, ferias, exposiciones y recorridos turísticos.

Durante 1994, el Programa de Ciudades Coloniales firmó siete Convenios de Coordinación para la instalación del señalamiento urbano, sumándose a los veintiún convenios firmados en 1993, aportando SECTUR 2,143.20 millones de nuevos pesos.

Con el propósito de facilitar la actividad turística se creó en diciembre de 1994³², la Comisión Ejecutiva de Turismo, con el fin de eliminar obstáculos para el desarrollo del turismo, simplificando normas y trámites y desregulando la actividad para su adecuado funcionamiento. Esta Comisión es una instancia de participación entre los sectores público, privado y social. Se orienta a establecer medidas que permitan facilitar las corrientes turísticas de segmentos de alta potencialidad como el turismo carretero, el de congresos y convenciones, turismo náutico, cinegético y ecoturismo.

En el marco de la Alianza para la Recuperación Económica y en respuesta a la convocatoria del titular del Poder Ejecutivo Federal, los diferentes participantes en sector turismo establecieron la Alianza para el

³¹ Cfr. SECTUR, Informe de Labores 1993-1994, pág. 34

Turismo. En ella se encuentran empresarios de todas las actividades económicas asociadas al turismo, representantes de la sociedad, autoridades estatales y municipales de los principales destinos turísticos, 15 Secretarías de Estado y 18 organismos públicos.

Las políticas y acciones contenidas en la Alianza para el Turismo constituyen un enfoque integral, ya que coordinan los instrumentos disponibles en el sector público con las actividades que realizan los sectores privado y social, ligan la oferta turística prioritaria de México con sus mercados mas importantes en el extranjero y dentro del país, fomentan la práctica turística para toda la población de acuerdo a sus características y niveles de ingreso, racionalizan y vuelven mas eficaz la promoción y comercialización, promueven un sistema financiero oportuno, competitivo y adecuado para los diferentes tipos de empresa turística, se propone terminar el deslizamiento entre la infraestructura urbana y turística con las demandas de la población.

Como primer acción de la Alianza, el Consejo Nacional de la Publicidad desarrolla la "Campaña Conciencia Turística", en los medios electrónicos de comunicación, la cual pretende concientizar a la gente sobre la importancia que tiene la actividad turística en México, por ende la importancia de tratar bien al turista, haciendo hincapié en los beneficios que genera el turismo.

a. Diversificación de los productos y desarrollos turísticos

Tal como se ha señalado, el gobierno mexicano durante el sexenio comprendido de 1988 a 1994, adoptó el concepto de diversificación, con el propósito de desarrollar nuevos conceptos turísticos que pudieran conducir al turismo mexicano a un mayor crecimiento.

De una manera general se puede decir que el turismo mexicano ha sido dependiente del segmento del mercado, como se resume a continuación:

³² El 1° de diciembre, en México se llevaba a cabo el cambio de gobierno, lo cuál significó modificaciones en las estrategias de desarrollo. Poder Ejecutivo Federal. Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000. Secretaría de Turismo, México. 1995. pág. 20

- Los destinos turísticos del interior del país dependen demasiado del mercado doméstico.
- Estados Unidos representa el 80 por ciento de los turistas extranjeros que visitan México.
- El mayor mercado para el desarrollo turístico es y ha sido orientado a centros de playas para el mercado estadounidense.
- Los esfuerzos en desarrollos turísticos han estado más bien concentrados en los centros de playa.

Se necesitan cambios, con el fin de corresponder a las necesidades de los turistas, teniendo la capacidad de ofrecer mercados más variados. La diversificación de los productos turísticos es esencial para atender los requerimientos de visitantes tanto nacionales, como extranjeros, lo que incrementará el atractivo turístico de México y promoverá la afluencia turística.

El Programa Nacional para el Desarrollo del Sector Turismo 1994-2000, ha presentado el concepto de "circuito turístico", el cual está concentrado en impulsar centros turísticos existentes.

Basado en el concepto "corredor turístico", pero algo más desarrollado; se considera que el concepto "circuito turístico" puede cumplir los objetivos y estrategias fijadas por el programa sectorial, pero de una manera más integrada que corresponda a mayores expectativas de diversificación del visitante con perspectiva a larga estadía. El circuito turístico puede distribuir a los visitantes entre las áreas que no se benefician del turismo, pero que tienen potencial turístico.

Los centros turísticos de playa han sido desarrollados con el apoyo de FONATUR en la década de los sesenta como una disposición del gobierno mexicano, así como de SECTUR. Resultado, un incremento drástico en la afluencia del turismo de América del Norte durante las décadas 70 y 80. No obstante el crecimiento ha disminuido en los 90 y se considera que el turismo en México ha llegado a un momento crítico.

La situación actual del turismo en México se resume a lo siguiente:

- El crecimiento del mercado de trayecto corto ha disminuido. Para lograr un mayor crecimiento, el turismo mexicano tendrá que desarrollar mercados de otras regiones geográficas.
- Los actuales productos turísticos -mayoría de los cuales son destino de playa- no pueden abastecer a los consumidores de hoy día que tienen necesidades de viajes más segmentadas y diversificadas.
- Están surgiendo nuevos destinos de playa cerca de la región del Caribe, lo que hace que la competencia en este mercado sea cada vez más difícil.
- Los consumidores cada vez tienen más conciencia ambiental, lo que proporciona una base para el turismo orientado a la naturaleza.

Con el fin de corresponder a la diversificación de los productos turísticos, se debe diversificar los mercados de origen que podrían reforzar el turismo de México. La diversificación obtendrá beneficios que evitarán los riesgos en el mercado que actualmente depende en gran parte del mercado de Estados Unidos.

Las siguientes opciones representan una oportunidad sobre diversificación de los productos turísticos:

- Promover el segmento de turismo cultural e histórico, especialmente los tres programas existentes: el Mundo Maya, Ciudades Coloniales, y la Frontera Norte.
- Promover turismo de largo trayecto a centros de playa, que incluye la revitalización de los centros de playa tradicionales, como Acapulco y Puerto Vallarta.
- Promocionar los centros de playa y montaña para los grupos turísticos familiares.
- Desarrollar mercados alternativos tales como ecoturismo, etnoturismo, agroturismo y,
- Mejorar los productos turísticos tales como turismo de incentivos y convenciones, artesanías locales y espectáculos folklóricos.

Por lo que la situación anterior requiere diversificar los productos turísticos mexicanos de la concentración actual en el turismo de playa, a una variedad de atractivos tanto naturales, como culturales.

2.1.3. Promoción.

El objetivo primordial de promocionar el turismo, es el de consolidar y aumentar las corrientes turísticas del extranjero al país, con el fin de obtener los beneficios generados por esta actividad. Para ello es necesario adoptar una estrategia conformada mediante el diseño, elaboración y ejecución de campañas de promoción y publicidad dirigidas a mercados o segmentos específicos determinados por estudios previos y elaborados dentro del marco real-económico-social y del entorno exterior.

Para el logro de lo antes dicho es necesario llevar a cabo actividades identificando mercados, como es el caso del natural Estados Unidos y Canadá, por su cercanía, la capacidad de gastos y los hábitos de viaje de sus habitantes.

La promoción y publicidad han sido elementos fundamentales de la estrategia mexicana de proyección en el mercado externo. Hasta 1984, esta actividad la había concentrado el Consejo Nacional de Turismo que, con la muerte de su presidente pasó a formar parte de la estructura organizativa de la Secretaría de Turismo. El Consejo apoyaba a organismos e instituciones de la industria que realizaba eventos sobre México, ofreciendo audiovisuales, folletos, carteles y material impreso diverso. En tanto hoy la promoción turística en México, para el mercado nacional e internacional, está a cargo del gobierno central, SECTUR, cada gobierno estatal y cada municipio, así como los sectores privados relacionados.

Las organizaciones directamente responsables de la promoción turística en México son las siguientes:

Nivel Central

A. Subsecretaría de Promoción y Fomento de SECTUR.

- Dirección General de Promoción para América del Norte.
- Dirección General de Promoción para Europa y América Latina.
- Oficinas representantes en el extranjero.
- Dirección General de Promoción; Fondo Mixto para Destinos.

B. Subsecretaría de Turismo Nacional de SECTUR.

- Dirección General de Turismo Nacional; Programas de Promoción Especial.

C. Consejo Mexicano de Promoción Turística.

Nivel Local

A. Dirección General de Turismo o Dirección de Turismo, Gobierno Estatal.

B. Fondo Mixto; promoción conjunta con los gobierno central y estatal y sectores privados.

- Fondo Mixto de cada destino.
- Fondo Mixto en una región más amplia.

Con respecto al papel general que deben desempeñar los gobiernos central y estatal en la promoción turística se encuentran las siguientes:

Gobierno Central

- Preparar el programa de desarrollo del sector turismo.
- Coordinar entre los sectores público y privado, así como entre las agencias involucradas.
- Desarrollar infraestructura mayor, incluyendo carreteras y aeropuertos.
- Desarrollar y conservar atracciones, tales como, sitios arqueológicos e históricos, museos y parques nacionales.
- Proporcionar incentivos para estimular la inversión del sector privado en el turismo.
- Realizar la mercadotecnia general y promoción del turismo.
- Establecer normas nacionales para control de calidad e instalaciones y servicios turísticos.

- Proporcionar educación y capacitación al personal que trabaja en el turismo y/o establecer normas para los programas de educación y capacitación del sector privado.
- Promover la conciencia pública sobre el turismo.

Gobiernos Estatales

- Preparar el programa estatal de desarrollo turístico.
- Coordinar entre los sectores público y privado, así como entre las agencias involucradas.
- Desarrollar y dar mantenimiento a la infraestructura, incluyendo el acceso al área orientada al turismo.
- Desarrollar y conservar los recursos naturales, históricos y culturales.
- Llevar a cabo mercadotecnia y promoción del turismo para el estado.
- Proporcionar servicios e información turística.
- Procurar la seguridad para el turismo.
- Poner en práctica reglamentos sobre otorgamiento de licencias y control de calidad e instalaciones y servicios turísticos.
- Poner en práctica reglamentos de protección al ambiente y uso del suelo.
- Proporcionar educación y capacitación a personas que trabajen en el sector, incluyendo apoyo a los programas de educación y capacitación al sector privado.
- Promover conciencia pública sobre la importancia del turismo.
- Proporcionar servicios públicos tales como, suministro de electricidad, agua y recolección de basura y drenaje para la industria.

En los ochenta, las campañas de prensa se llevaron a cabo en Estados Unidos y Canadá utilizando como slogan la frase "Sienta el Afecto de México"- "Feel the Warm of Mexico"- . La campaña incluyó el uso de medios masivos de comunicación como la radio y televisión de las cinco ciudades mas importantes para México.

A mediados de 1989 se difundió otra campaña llamada " México, la Magia Nunca te Abandona " - "Mexico, the Magic Never Leaves You"-, la cual se difundió a través de radio, televisión y revistas. También en apoyo al "Dorado Pacífico", se instrumentó un programa emergente de radio con mensajes de 30 segundos, promoviendo Mazatlán, Acapulco, Puerto Vallarta e Ixtapa Zihuatanejo. También se llevó a cabo una serie de televisión titulada "Mexico's Dreams", difundida por la cadena estadounidense PBS. Así como la realización del " Show de Bob Hope " en el puerto de Acapulco.

La promoción de México en el mundo también se ha llevado a cabo mediante la filmación de películas, como es el caso de la cinta "Wish you were here" de Thames Television que se llevó a cabo en la Ciudad de México, Taxco y Cancún .

En diciembre de 1989 se realizó el V Seminario para el mercado de congresos, convenciones y viajes de incentivos. Mediante la participación de eventos exposiciones y ferias en los principales países emisores de turismo, la Secretaría de Turismo ha impulsado acciones en el extranjero para promover la imagen de los centros turísticos del país así como de los programas Ciudades Coloniales, Mundo Maya y Frontera Norte. Durante este año la participación se efectuó en los siguientes eventos internacionales: Feria Internacional de Turismo en Madrid, Bolsas Internacionales de Milán y Berlín, Salón Mundial de Turismo y Viajes en París, ASTA en Hamburgo, The World Travel Market en Londres, JATA en Tokio y COTAL en Argentina, así como la concesión de más de 100,000 asesorías a la industria turística internacional. SECTUR también apoyó la Convención de la Asociación de Agentes de Viajes Británicos, celebrada en Acapulco, Guerrero, en el mes de noviembre. Otros eventos en los que se participaron, fueron las reuniones de las Comisiones y Subcomisiones Binacionales y Mixtas con Estados Unidos, Belice, Guatemala, Brasil, Portugal, China, España y Honduras, con el propósito de fortalecer los vínculos entre estos países y México en el ámbito turístico.

Para 1990, en España se realizó la campaña "Es Mágico. Es México", publicada en revistas para el consumidor, revistas para la industria y carteles. En Alemania, SECTUR inició una campaña promocionando básicamente los atractivos históricos y culturales de México. En Japón se editó una inserción de Uxmal y en coordinación de la delegación de SECTUR en Tokio, se publicaron artículos sobre México en revistas al consumidor.

Para promover el turismo mexicano, se abrió la agencia de noticias "Mexico Travel News Bureau", con sede en New York y representaciones en París, Londres, Roma, Madrid, Franckfort y Tokio .

Atendiendo la zona de Europa, se efectuó la II Eurobolsa³³ Mexicana de Turismo en la Ciudad de Guadalajara, en donde las empresas turísticas nacionales ofrecieron sus servicios y productos principalmente a mayoristas y tours operadores de diversos países de Europa. Con la III Eurobolsa en Huatulco, Oaxaca, se pretendía atraer el mercado europeo, concurrieron 200 invitados de la Comunidad Económica Europea. En 1994 tuvo lugar la IV Eurobolsa, con el mismo objetivo de atraer el mercado europeo, resultó un poderoso instrumento de promoción de la diversificación del producto mexicano, motivo por el cual la Secretaría de Turismo intensificó las acciones promocionales no sólo en Europa, sino también en América Latina, participando en los principales eventos, ferias y exposiciones que se celebran anualmente en estos mercados, entre los que destacan los siguiente: Bolsa de Turismo BTL en Lisboa, Portugal; Feria Internacional de Turismo FITUR en Madrid, España; BIT Bolsa Internacional de Turismo en Berlín, Alemania; Salón Mundial de Turismo y Viajes- SMTV en París Francia; Tour Swedish International Travel & Trade Fair en Gotemburgo, Suecia; XXXVI Congreso y Exposición COTAL en Panamá; EIBTM- European Insentive & Business Travel Exposition en Ginebra, Suiza; Congreso de la Asociación Brasileña de

³³ La Eurobolsa es una Feria Internacional, donde exponen agentes de viajes, teniendo la oportunidad de conocerse y establecer nuevos vínculos con los suministradores oficiales de todos los sectores de la industria turística mexicana. SECTUR, Informe de labores 1989-1990, Secretaría de Turismo, México 1990, pág. 18

Agencias de Viajes (ABAV) en Foz de Iguazu, Brasil; Asta World Travel Congress 1993 en St Louis Mo., Estados Unidos; Incentive Travel & Meeting Exposition en Chicago , Estados Unidos; Europalia Bruselas, Países Bajos, Francia y Luxemburgo; Congreso Anual de la Sociedad Americana de Escritores de Viajes en Puerto Vallarta, México y el XX Congreso de la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo en Bariloche, Argentina.

Durante 1995, para esta misma zona, México participó y organizó los siguientes eventos: Mexico Travel Market, Western Premium y Travel Cade, The Golden Opportunities, West Orange Henry Davis Show, La Foire International de Montreal, Congreso Acta- Quebec, Belgien Travel Fair, Semana Gastronómica en Lisboa y Oporto en Portugal.

En ese mismo año, SECTUR y empresas de la iniciativa privada participaron en Top Sesa Deuville en París, Francia, además de realizar la campaña " Mexico an endless journey ", y cuatro campañas más:

1. Campaña sombrilla, con el lema " Mexico, everything you ever dreamed of", dirigida a los mercados del norte y sur de los Estados Unidos.
2. Campaña en impresos: la SECTUR diseñó una campaña en las revistas News Week y People.
3. Campaña para el programa cruceros: debido a la importancia del segmento de turistas que viajan por crucero.
4. Campaña de convenciones e incentivos, se llevó a cabo en publicaciones especializadas con el objeto de promover la organización de este tipo de eventos en México.

Por otra parte en 1992, SECTUR organizó diversos eventos en el extranjero, entre ellos los festivales gastronómicos en Turquía, Grecia y Londres; apoyó a la organización del Festival del Libro dedicado a México en Frankfort, Alemania y al Festival de la Música en Kansas, Estados Unidos. Como factor alterno de promoción se difundió la muestra de arte mexicano "México: 30 siglos de esplendor". México efectuó el XVII Tianguis Turístico de

Acapulco, en donde incorporó un novedoso sistema de negociación y comercialización a través de citas preestablecidas, lo que permitió que 1,292 invitados internacionales procedentes de 24 países, realizaran 4,500 citas comerciales con los representantes de 250 empresas nacionales. Para 1993 se organizó nuevamente el Tianguis Turístico en su XVIII edición, al cual acudieron 1,056 invitados internacionales de los que 780 eran provenientes de Norteamérica, 123 de América Latina y 153 del resto del mundo. Se instalaron 174 stands de empresas mexicanas prestadoras de servicios turísticos, realizando negociaciones por un monto de 915 millones de dólares, cifra inferior a lo concretado en 1989, en el XV Tianguis con un monto de 1,100 millones de dólares. La actividad promocional de la industria turística mexicana a nivel internacional, se ha verificado destacadamente en este tianguis. El XIX Tianguis Turístico en 1994, contó con el apoyo de 17 empresas patrocinadoras, 150 expositores entre organismos públicos y privados, en el que participaron 487 países, entre los cuales 383 eran norteamericanos, 80 latinoamericanos, 9 de Asia-Pacífico y 15 del resto del mundo. Al XX Tianguis Turístico en 1995, acudieron 987 agentes de viajes provenientes de 39 países de Norteamérica, Latinoamérica, Europa, Asia, Pacífico, Caribe y Croasia, lo que representó una cifra superior en un 10 por ciento a la obtenida en 1994. Participaron 1,800 representantes nacionales, se instalaron 246 oficinas y 250 locales en el área de exposición, se realizaron 8,000 citas preestablecidas, de las cuales 3,300 fueron citas perfectas.

En este mismo año se constituye el Consejo Mexicano de Promoción Turística, que se crea como un instrumento para incrementar la competitividad de la oferta turística mexicana y como condición para mantener y hacer crecer la participación de nuestro país en un mercado mundial del turismo. Creado a finales de 1995, como parte de la Alianza para el Turismo, define estrategias específicas para la promoción de los productos mexicanos y el financiamiento de estos. En el Consejo se reúnen el gobierno y el sector privado, aportando recursos financieros y contribuyendo al diseño, instrumentación y promoción de

los atractivos turísticos en el mercado nacional e internacional. Es un órgano especializado en mercadotecnia, promoción y publicidad turística.

a. Organización Mundial de Turismo

México pertenece a la Organización Mundial de Turismo (OMT), la cual está encargada de colaborar estrechamente con la mayor parte de los organismos internacionales, especialmente con la ONU y numerosas entidades comerciales vinculadas al turismo.

México aporta anualmente una cuota dentro de este organismo que le permiten participar y disfrutar de las decisiones a que llegan los países miembros, en cuanto a promoción y ampliación de las corrientes turísticas internacionales.

ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LA OMT

La OMT en su conformación interna cuenta con una Asamblea General, la cual es el órgano supremo y soberano de la organización. Se encuentra representada por los delegados de los miembros efectivos y asociados y por representantes de los miembros afiliados.

Cuenta además, con seis comisiones regionales: América (CAM), Medio Oriente (COM), Europa (CEU), Asia Oriental y el Pacífico (CAP), África (CAF) y Asia Meridional (CAS). Por último cuenta con un Consejo Consultivo formado por miembros efectivos, elegidos por la Asamblea General, con criterio de distribución geográfica justa y equitativa, a razón de un miembro del Consejo, por cada cinco miembros efectivos de la Organización.

El Consejo cuenta con órganos subsidiarios que lo auxilian para un mejor desempeño de sus funciones:

-Comité de Facilitación (FAL), que se encarga de preparar y distribuir una lista de medidas prácticas y programas encaminados a eliminar los obstáculos en los viajes internacionales, desarrollar un marco mundial para liberalizar el

comercio de los servicios turísticos y tratar de conseguir la normalización de los requisitos sanitarios.

-Comité del Medio Ambiente (CMA), que tiene como funciones lograr los niveles de calidad medioambiental más altos posibles en el desarrollo del turismo y dar importancia al turismo en el debate sobre el medio ambiente.

-Comité de Seguridad en Turismo, que se encarga de publicar folletos sobre la seguridad y la salud del mundo, tales como turismo accesible para los minusválidos y salud de los viajeros en el extranjero.

La importancia de México en la creación de este organismo fue grande, considerando las aportaciones que nuestro país ha hecho a través de sus discursos políticos, económicos y la experiencia que ha tenido en cuestión de turismo.

Los preceptos y lineamientos en materia turística, así como el objetivo principal de desarrollo económico, colocaron a México como un constante aportador de elementos necesarios para la mejor organización y consagración del organismo.

La OMT plantea el propósito de promover el desarrollo del turismo para lograr una contribución a la economía, la paz, el respeto universal, la prosperidad, la observación de los derechos humanos y las libertades fundamentales para todos.

México por su parte, plantea una política económica mucho más profunda que se aparta de la OMT, por no convenir a sus intereses los lineamientos de la organización que frenaban su avance mientras se intentaba lograr un mayor equilibrio mundial en la cuestión turística.

La participación de nuestro país ha sido muy intensa desde 1970, cuando la antigua Organización a Nivel Internacional de Turismo (UIOOOT), cambió su nombre a Organización Mundial de Turismo, con la celebración de una Asamblea Extraordinaria en la Ciudad de México; y por la que se constituiría como "organización intergubernamental" independiente con competencia central y decisiva en materia de turismo.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) se encarga principalmente de apoyar a los países miembros, con asistencia técnica para la elaboración de manuales de venta, procesos de comercialización, promoción y difusión del producto turístico existente.

2.1.4. Interrelación con otras Secretarías de Estado

En México existen varias dependencias gubernamentales y no gubernamentales interrelacionadas en sus funciones, este es el caso del sector turismo, por lo cual la actividad turística necesita de otros organismos nacionales con que apoyarse.

Por su extenso ámbito de aplicación se apoya en las siguientes Secretarías de Estado; de las cuales se mencionan específicamente sólo sus funciones con respecto a la actividad turística:

1. Secretaría de Relaciones Exteriores.- en forma general apoya al turismo en el libre desplazamiento de los extranjeros por nuestro territorio, en su instancia de expedidora de documentos. Promueve además acuerdos con el resto de los países, apoya y estimula el buen desarrollo de las relaciones internacionales.

Cuenta también con departamentos de promoción y difusión cultural, a nivel nacional e internacional; promueve entre los países del mundo, nuestros postulados diplomáticos básicos y se promulga acérrima de la paz entre naciones y la apertura al desarrollo, comercio y activa participante de foros del medio ambiente. Todo esto lo realiza a través de consulados y representaciones en el extranjero.

Además la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, estipula que esta Secretaría se encarga de dirigir el servicio exterior mexicano en sus aspectos diplomáticos y consulares en los términos de la Ley del Servicio Exterior Mexicano. Así como de cuidar el buen nombre de México y ofrecer protección a los mexicanos en el extranjero, intervenir en lo relativo a

comisiones, congresos, conferencias y exposiciones internacionales de que el gobierno mexicano forma parte.

Concede a los extranjeros licencias y autorizaciones que requieran conforme a las leyes para adquirir el dominio de las tierras, aguas y sus acciones en la República Mexicana; obtener concesiones y celebrar contratos, intervenir en la explotación de recursos naturales o para intervenir o participar en sociedades mexicanas civiles o mercantiles, así como conceder permisos para la construcción de éstas o reformar sus estatutos o adquirir bienes inmuebles o derechos sobre ellos, y legalizar las firmas de los documentos que deban producir efectos en el extranjero y de los documentos extranjeros que deban producirlos en la República.

2. Secretaría de Gobernación.- Es la encargada de la autorización y de la entrada y salida de los extranjeros y nacionales del país, por estar autorizada en los asuntos migratorios; por ello anterior a SECTUR era la Secretaría de Gobernación la que ejercía las funciones de promoción del turismo en nuestro país.

3. Secretaría de Salubridad y Asistencia.- Se encarga de vigilar, cuidar y proteger a la población mexicana contra las enfermedades y preservar su salud. Controla también la sanidad e higiene de los establecimientos y alimentos, los animales en las fronteras, costas y puertos y en las entradas y salidas de comestibles y bebidas en nuestro territorio.

Durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, SECTUR en coordinación con esa Secretaría elaboró el programa H., en la búsqueda por la calidad en materia sanitaria de establecimientos que dan servicio a visitantes.

4. Secretaría de Hacienda y Crédito Público.- Está obligada a observar el exacto cumplimiento de las obligaciones fiscales, en todas las áreas económicas existentes a lo largo de toda la república. Se encarga también de las actividades aduanales; de los ingresos y egresos de la Federación; del sistema bancario, de todos los créditos; de la dirección de la política monetaria, en los seguros; etc.

Aunado a esto y en conjunción con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, facilita los permisos de internación de vehículos, pagando una fianza que garantice su no enajenación en nuestro país, mientras que dure su período de estancia.

5. Secretaría de Comunicaciones y Transportes.- Apoya al turismo en la formulación del control de transporte y comunicaciones en el país. Está presente también en los permisos, concesiones, administración y organización de diversos servicios, como: telégrafos, enlaces eléctricos y electrónicos, satélites, teléfonos, radiodifusoras, etc.; así como en la construcción de aeropuertos nacionales, particulares y vigilancia, terminales ferroviarias, carreteras federales y seguridad policiaca.

Junto con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Administración Pública Federal, coordina tarifas de los precios por los servicios y organiza la marina mercante, el tránsito por aguas, dragado y señalamiento.

Al comenzar el sexenio salinista la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, logra la liberación de la política y el transporte aéreo, facilidades administrativas a vuelos nacionales y extranjeros de fletamento y tarifas aéreas, lo que ocasionó guerras de precios y pugnas por el mejor servicio entre las líneas comerciales y vuelos fletados.

Dentro del programa, SECTUR mantiene junto con la SCT, una oficina de turismo en Houston, Texas, que se ocupa de la tramitación de tours a operadores que tengan que desplazarse hacia el interior del país, inclusive hasta el Distrito Federal.

6. Secretaría de Desarrollo Social.- Esta Secretaría es nombrada así a partir del sexenio del presidente Carlos Salinas, sus funciones son una derivación de las actividades delegadas por la Secretaría Desarrollo Urbano y Ecología en los referente al medio ambiente.

En conjunción a esta dependencia se estima seguir estudiando y aprobando hoy día, los grandes desarrollos turísticos, midiendo el impacto del desarrollo y equilibrio de la zona para no romper su armonía ni poner en peligro

la ecología. SEDESOL tiene realmente un papel activo, porque después de estudiar el impacto ecológico de un desarrollo turístico, autoriza al sector turismo para llevar a cabo un proyecto o cualquier actividad para su desarrollo.

Un ejemplo es la promoción del Corredor Turístico Tijuana-Ensenada, en el cual se busca además del equilibrio con el desarrollo urbano, el preservamiento ecológico.

A lo largo de las carreteras se puede notar su mejoramiento y remodelación, mucho de ello emprendido por particulares que tienen concesiones y que a través del cobro de cuotas buscan además de su conservación, la recuperación de su inversión, modernas gasolineras, gasolinas sin plomo e implemento de señalamientos viales, etc.

Con respecto al turismo ecológico marino y deportivo, su participación se hizo más activa en la preservación de especies importantes, como la ballena gris, el lobo marino, las focas, las tortugas, el pez sierra; el cuidado y limpieza en plazas y otras medidas tomadas al respecto para la conservación de su flora y fauna, por cada estado de la República Mexicana.

7. Secretaría de Defensa y Marina.- Esta Secretaría colabora en apoyo de la seguridad y salvaguarda de los turistas en carreteras, poblados y playas. Destaca su participación al informar en su caso, la presencia de enervantes en las fronteras y la revisión y control en carreteras y costas, así como operativos para la seguridad del paseante.

En México existen diversos cruceros internacionales que tocan nuestras costas, ya sea por el Océano Pacífico o por el Golfo de México y el Caribe para lo cual se hace indispensable la presencia de la Secretaría de Defensa y Marina.

En junio de 1995, durante el sexenio del Doctor Zedillo Ponce de León, se creó el Gabinete Turístico en el que se coordinaron una serie de acciones para el fortalecimiento de la actividad como apoyo a la Alianza Turística, en coordinación con las Secretarías de Gobernación, Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Comunicaciones y Transportes, Medio Ambiente,

Recursos Naturales y Pesca y Turismo, enfocado a la conformación de una política global de fomento al turismo.

En el marco de la Alianza, el Gabinete promovió las siguientes acciones:

1. Infraestructura, financiamiento y seguridad jurídica, (tenencia de la tierra y uso de suelo), fundamentales para reactivar la inversión nacional y extranjera en la oferta turística mexicana.
2. Desarrollo de los diversos modos de transporte, facilitación de trámites y capacitación.
3. Estadística e investigación como base para medir el comportamiento de la actividad turística.
4. El programa de la Alianza como sustenta la capacidad del sector para reactivar la economía a corto plazo.
5. Recuperar y hacer crecer la competitividad de nuestros centros y regiones turísticas.

Además SECTUR en acuerdo con las Secretarías de Desarrollo Social, de Comunicaciones y Transportes, de Controlaría y Desarrollo Administrativo, la Comisión Nacional del Agua, la de Electricidad, Caminos y Puentes Federales de ingresos y servicios conexos, Puertos y Marina Mercante, Aeropuertos y Servicios Auxiliares, Fondo Nacional de Fomento al Turismo y el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, realiza acciones para atender los requerimientos de la población y de las corrientes turísticas.

Aunado a esto SECTUR trabaja con base en algunas instancias legales:

1. Ley General de Población, SECTUR se apoya en ella por ser la que controla las diversas calidades del individuo y su clasificación de acuerdo a su situación legal en nuestro país.
2. Ley Aduanera, en su calidad de controladora de la internación o salida de nuestro país de artículos y valores personales, ha fijado porcentajes de impuestos a pagar. A este respecto se han tratado de simplificar los trámites para los pasajeros en las líneas aéreas y en las carreteras fronterizas, proporcionándoles información muy

completa acerca de los documentos necesarios para evitar contratiempos en su viaje, por medio de folletos que son obsequiados en las agencias de viajes, en las embajadas o al momento de abordar los diversos transportes.

3. La Ley Federal de Turismo que apoya en primera instancia a los prestadores de servicios y transportes, para los cuales los anteriores requerimientos de SECTUR quedan obsoletos, esto se debe principalmente a que existen otras dependencias que los regulan.

2.1.5. Infraestructura y Servicios Alternos

Como ya hemos dicho la instalación de centros turísticos, trae consigo la instalación o mejoramiento de infraestructura que permita el acceso al visitante y toda una serie de servicios alternos que le permiten una estancia cómoda. Siendo la infraestructura de acceso aéreo, terrestre y marítimo, resulta complicado visualizar el surgimiento y el desarrollo de la industria turística de un sitio determinado, sin una adecuada red de comunicaciones y transportes, que no ha sido creada en función de desplazamiento turístico, sino a la vida socioeconómica de la comunidad respectiva. Sin embargo, la mejoría, incremento y modernización de este sistema, lo mismo que su limitación y abandono, repercuten en el aprovechamiento favorable del fenómeno social del desplazamiento turístico.

El marco de acción de la aviación internacional derivado de la desregulación del transporte aéreo en Estados Unidos y las políticas neoliberales de la economía en México, han impactado significativamente la industria aeronáutica nacional.

En este contexto se entiende la desregulación de los cielos mexicanos³⁴, aunque no existe mucha experiencia en la administración de muchas de las nuevas aerolíneas del sector, esto ha repercutido en el servicio que se

³⁴ En abril de 1988, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes estableció el Esquema Rector del Sistema Nacional de Transporte Aéreo. Jiménez, Alfonso, *op.cit.*, pág. 26

pretendía mejorar, sobre todo enfrentarse con problemas financieros derivados de la operación y de la intensa competencia surgida en el nuevo marco nacional³⁵.

La infraestructura de acceso aéreo en México ha crecido tanto en número de aeropuertos, como en líneas aéreas comerciales, que prestan este servicio. De 1980 a 1990 el número de aeropuertos y aeródromos pasó de 1299 a 2149. En referencia a los aeropuertos del tipo internacional, pasó de 30 a 43, mientras que los de tipo nacional se duplicaron de 20 a 39 en el mismo período.

La política de desinversión del Gobierno Federal, en el nuevo marco de política económica, permitió la privatización de las dos compañías troncales (Aeroméxico y Mexicana) en 1989 que, como consecuencia redujo significativamente el número de empleados.

Entre las dificultades que tuvo que enfrentar la industria aeronáutica nacional, fue el envejecimiento de las aeronaves de las empresas mexicanas, que es un obstáculo de corto plazo para la eficiencia operativa de las empresas.

En 1988 se revisa el Convenio Aéreo Bilateral, efectuado por el gobierno mexicano y el de Estados Unidos, habiéndose reunido con las principales líneas aéreas, para acelerar el inicio de operaciones y la apertura de nuevas rutas establecidas por el Convenio.

Hacia el fin de la década de los 80, nace la primera aerolínea charter de México, LATUR, orientada principalmente al mercado receptivo y en donde participan como propietarios la Asociación Sindical de Pilotos de Aviación (ASPA) y el Grupo SIDEK. Para 1995 otras líneas aéreas como TAESA, ya ofrecen este servicio, dirigido también al mercado egresivo.

³⁵ Situación que se ve agravada con el Tratado de Libre Comercio y la inclusión del sector servicios en el GATT (OMC), por la competitividad de las empresas europeas y norteamericanas. *Ibidem* pág. 28

Por lo que se refiere al tráfico aéreo internacional medido en pasajeros, el turismo receptivo accesado al país por esta vía, ascendió de 2,694 en 1985 a 5,252.7 en 1995 (cuadro 2.10).

Año	Miles de personas	Variación %
1985	2694	-10.3
1986	2950	9.5
1987	3635	23.2
1988	3667	0.9
1989	3844	4.8
1990	4313	12.2
1991	4501	4.4
1992	5140	4
1993	5298	3.1
1994	5325	3.4
1995	5252	-1.4

Cuadro 2.10

Fuente: Estadísticas Básicas del Sector Turismo.

La extensión total de la Red Nacional de Caminos, aumentó de 212, 626 en 1980 a 239,235 kilómetros en 1990, con una incorporación promedio de 2,261 kilómetros por año en ese período.

La política neoliberal del gobierno permitió concesionar a la iniciativa privada la construcción de ciertos ramos carreteros. La posibilidad de los SWAPS³⁶ a la construcción de infraestructura, también ha influido en las perspectivas de inversión y de la operación de carreteras. Este es, por ejemplo, el caso de la carretera Cuernavaca-Acapulco-Ixtapa, y de otras al norte del país.

³⁶ El Programa de Sustitución de Deuda Pública Externa por Inversión (SWAPS), fue instrumentado a partir de mayo de 1986 como una de las resultantes del Convenio de Reestructuración de la Deuda Pública celebrada con el FMI. *Ibidem.* pág. 232

Por otra parte, la liberación de las regulaciones relativas al transporte terrestre ha permitido el acceso de autobuses extranjeros al territorio nacional, que ha posibilitado una mayor flexibilidad en la línea transportista por parte del turista.

Las cifras de autotransporte federal, apuntan un total de 108 estaciones de pasajeros para 1990, 28 más que en 1985. Por lo que se refiere vehículos de pasajeros, existían 36,953 en 1990, 6,593 más que en 1985.

La extensión de las vías de ferrocarril de 1980 a 1990, ha permanecido prácticamente sin cambio, al aumentar únicamente 851 kilómetros en esos 10 años. En realidad, algunas de las rutas son aún lentas y tal vez por ello, las cifras de pasajeros no sólo no han crecido sino, al contrario, en los últimos años parece haberse reducido.

Las acciones programadas en el Programa de Acción Inmediata de Fomento al Turismo (PAIFT)³⁷, fomentaron las actividades de las marinas al flexibilizar las condiciones de las concesiones de la Zona Federal Marítima Terrestre, así como las de introducción de embarcaciones y otras relativas: Con base en el Reglamento de Operadores de Marinas Turísticas, se expidieron cédulas de operación en esa nueva rama y se instaló la Comisión Consultiva integrada por SECTUR, FONATUR, SCT, SEDUE, SHCP y particulares, teniendo como objetivo ampliar y apoyar la función de las marinas.

Las modificaciones de la ley permitieron también introducir embarcaciones extranjeras a aguas nacionales, pudiendo dejarlas en el país por cinco años. De 1981 a 1989 se otorgaron 28 concesiones por períodos que van desde los 10 a los 30 años.

También dentro del contexto neoliberal, en 1989 se otorgó a particulares la concesión de las rutas y terminales de los Transbordadores del Océano

³⁷ Programa implementado en marzo de 1986, como respuesta del gobierno para mejorar las condiciones de la variedad de la oferta turística mexicana y abre nuevas líneas de acción para beneficio de la actividad, entre ellas la liberación del transporte terrestre y apoyo al turismo náutico. SECTUR. Informe de Labores 1985-1986. Secretaría de Turismo. México. 1986. pág. 54

Pacífico, creándose la empresa SEMATUR, con participación 100 por ciento mexicana.

Para mejorar las condiciones de recepción de los cruceros, se ha programado el acondicionamiento de las instalaciones que permitan mejorar su recepción. El número de pasajeros en cruceros ha pasado de 962 mil en 1984 a 1 millón 200 mil pasajeros en 1990.

2.2. Financiamiento de planes y proyectos de desarrollos turísticos en México

El financiamiento ha sido uno de los instrumentos clave del apoyo gubernamental al desarrollo de la industria turística de México, muy particularmente a la planta hotelera.

Durante la década de los ochenta y dentro del contexto neoliberal y de adelgazamiento del sector público, la política de financiamiento verifica también cambios muy importantes.

FONATUR, como organismo del gobierno federal ha sido el encargado del fomento y administración de los créditos al turismo, el instrumento de la política turística desde la década pasada y a través del cual se han canalizado los créditos internacionales para el apoyo de la actividad.

La creación de FONATUR ha sido una de las políticas económicas de mayor relevancia, que han coadyuvado a la conducción del turismo en México hacia objetivos de crecimiento y desarrollo social.

2.2.1. FONATUR

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo nace de la fusión de dos fideicomisos: Fondo de Promoción de Infraestructura(INFRATUR), creado a fines de 1959 con el propósito fundamental de otorgar créditos para el estímulo de la inversión turística nacional y el Fondo de Garantía y Fomento del Turismo (FOGATUR), instrumentado en 1969, para promover y realizar obras

de infraestructura turística, así como para desarrollar nuevos centros y mejorar otros que mostraban potencialidad como centros de atracción. El primero administrado por el Banco de México, y el segundo por Nacional Financiera; constituyéndose por el gobierno federal, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, administrado únicamente por Nacional Financiera, S. A., el 16 de abril de 1974, con el propósito de centralizar en un sólo fideicomiso, las funciones de asesorar, desarrollar y financiar planes y programas de fomento al turismo. Creado jurídicamente y con fundamento legal en la Ley de Fomento al Turismo, publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 28 de enero del mismo año.

Con este hecho se conjugaron en una sola institución las funciones de ambos mecanismos de fomento integrándose así una dependencia más funcional encargada de impulsar la actividad turística como banca de segundo piso y desarrollar infraestructura y equipamiento urbanoturístico.

Se formalizó mediante contrato de fideicomiso el 29 de marzo de 1974, celebrado entre la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en su carácter de fideicomiso único del Gobierno Federal y Nacional Financiera, S. A., como fiduciaria encargada del manejo del patrimonio fideicomitado.

De esta manera y en fundamento al Decreto Presidencial de Sectorización del 17 de enero de 1977, FONATUR forma parte del sector turismo, cuya coordinación reside en la Secretaría de Turismo, y el cual tiene como funciones principales:

- Desarrollar y consolidar centros turísticos integrales competitivos con destinos del exterior, cuya función primordial es ser detonantes de desarrollo regional y motivar e impulsar inversiones de los sectores social y privado.

- Fomentar el crecimiento e integración de una planta turística nacional sólidamente estructurada y acorde con las necesidades específicas de la demanda interna y del exterior, mediante el otorgamiento de financiamiento a la oferta turística que cumpla con dichos objetivos.

- Fortalecer el desarrollo de los centros turísticos integrales y otros destinos estratégicos y que diversifiquen la oferta de servicios especializados.

La organización de FONATUR cuenta con un Comité Técnico, formado por representantes de las siguientes dependencias:

1. La Secretaría de Turismo, como encargada de la directriz principal del desempeño de la actividad turística.
2. La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por ser la que se encarga de los asuntos de la afectación de bienes en el territorio nacional y para el gobierno federal y la fideicomitente del Fideicomiso que se constituya. Además autoriza las aportaciones económicas necesarias para participar en el capital social de los proyectos turísticos que lo requieran.
3. La Secretaría de Desarrollo Social, participa con su apoyo y asesoría para los desarrollos turísticos y las repercusiones ecológicas y naturales en la población que afecta su establecimiento.
4. El Banco de México en su carácter de banca nacional para los créditos y las facilidades financieras.

Existe además un Comité Técnico que es presidido por el titular de la Secretaría de Turismo. La Institución Fiduciaria, mantiene un representante dentro del Comité para que asista a las sesiones con voz, pero sin voto, al igual que el director general del Fideicomiso.

Cada representante designado propietario, presentará al Comité a sus respectivos suplentes. El Fideicomiso contará con un comisario nombrado por la Secretaría de la Contraloría General de la Federación.

Los recursos los obtiene, de acuerdo al Art. 234 de la Ley Federal de Turismo de:

1. Las aportaciones que efectúen el gobierno federal, los gobiernos de las entidades federativas, los municipios, las entidades paraestatales y los particulares.

2. Los créditos que obtenga de fuentes nacionales, extranjeras e internacionales³⁸. Este tipo de crédito ofrece gozar de tasas preferenciales y condiciones especiales para su cobro, por aplicarse a la actividad turística emprendida por el gobierno federal.
3. El producto de sus operaciones y de la inversión de fondos se obtienen principalmente por la venta, arrendamiento y fraccionamiento de terrenos en los diversos proyectos existentes dentro del campo turístico.
4. La obtención de recursos por cualquier otro concepto, pueden ser por la realización de estudios, proyectos, análisis regional, apoyo en trámites administrativos, asesoría turística, promoción de los proyectos y otros.

De acuerdo a la *Ley Federal de Turismo de 1993*, FONATUR deberá desempeñar de acuerdo al Art. 28 de dicha ley en apoyo al desarrollo del turismo mexicano las siguientes actividades:

- a) Elaborar los estudios y proyectos que permitan identificar las áreas territoriales y de servicios susceptibles de ser exploradas en proyectos turísticos.
- b) Crear y consolidar centros turísticos conforme a los planes maestros de desarrollo, en los que habían de identificarse los diseños urbanos y arquitectónicos de la zona, preservando el equilibrio ecológico y garantizando la comercialización de los servicios turísticos en congruencia con el desarrollo económico y social de la región.
- c) Coordinar con las autoridades federales, estatales y municipales, las gestiones necesarias para obtener y simplificar las autorizaciones, permisos o concesiones que permitan el desarrollo de proyectos turísticos, así como la prestación de servicios.

³⁸ Las principales organizaciones internacionales que han apoyado a FONATUR para el desarrollo de los proyectos, como los Centros Integral de Desarrollo Turístico, han sido el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Fondo Monetario Internacional (FMI). Habiendo abandonado el Banco Mundial en 1980, su política de apoyo al sector turístico, el BID se ha encargado como organismo financiero internacional, de mantener estas líneas de crédito. BANAMEX, México y el GATT hacia una apertura de nuestra economía, Examen de la Situación Económica de México, BANAMEX, México, 1986, pág. 12.

- d) Ejecutar obras de infraestructura y urbanización para realizar edificaciones e instalaciones en centros de desarrollo turístico que permitan una oferta masiva de servicios turísticos.
- e) Adquirir, fraccionar, vender, arrendar, administrar y, en general, realizar cualquier tipo de enajenación de bienes inmuebles y muebles que contribuya al fomento del turismo.
- f) Participar en los sectores públicos, social y privado en la constitución, fomento, desarrollo y operación de fideicomisos o empresas dedicadas a la actividad turística cualquiera que sea su naturaleza jurídica.
- g) Realizar la promoción y publicidad de sus actividades y las del turismo en general.
- h) Adquirir valores emitidos para el fomento al turismo, por instituciones del sistema financiero o por empresas dedicadas a la actividad turística.
- i) Gestionar y obtener todo tipo de financiamiento que requiera para lograr su objeto, otorgando las garantías necesarias.
- j) Operar con valores derivados de su cartera.
- k) Otorgar todo tipo de créditos en moneda nacional o extranjera para la construcción, ampliación o remodelación de instalaciones turísticas que contribuyan al fomento de la actividad turística.
- l) Descontar títulos provenientes de créditos otorgados por actividades relacionadas con el turismo.
- m) Garantizar frente a terceros las obligaciones de los préstamos que se otorguen para la inversión en actividades turísticas.
- n) Garantizar la amortización de capital y el pago de intereses de obligaciones a valores que se emitan con intervención de instituciones del sistema financiero, con el propósito de destinar al fomento del turismo, los recursos que de ellos se obtengan.
- o) Vender, ceder y traspasar derechos derivados de créditos otorgados.

a. La Nueva Estrategia de Comercialización

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo es una empresa con más de 20 años de experiencia en la planeación, fomento y desarrollo de centros turísticos integrales. En el transcurso de este tiempo se han comercializado terrenos en los cinco polos por un valor superior a 734 millones de nuevos pesos.

El proceso de modernización integral de la economía del país y los cambios estructurales emprendidos por el gobierno federal han conducido al Fondo a una adecuación e innovación de sus esfuerzos en el contexto de una estrategia dirigida a la consolidación de sus cinco centros turísticos.

En este marco, el nuevo esquema de comercialización participa en el logro de este objetivo, a través de su novedosa estrategia de ventas, que pone a disposición de los inversionistas nacionales y extranjeros, un atractivo producto inmobiliario, considera una atención más directa al usuario de sus servicios y un proceso más ágil en los trámites correspondientes y desregulación de la función de ventas a las direcciones regionales.

Bajo el contexto de modernización, el gobierno federal emprende la venta de empresas de propiedad estatal.

En el campo turístico FONATUR ha reestructurado sus tareas, hasta 1994, orientó su actuación en tres aspectos fundamentales:

1. Diseño, desarrollo y operación de cinco centros integralmente planeados (Cancún, San José del Cabo, Huatulco, Loreto e Ixtapa Zihuatanejo).
2. Otorgamiento de crédito para el apoyo a la construcción, ampliación y remodelación de la infraestructura turística.
3. Inversión directa en aquellos proyectos que han sido fundamentales y prioritarios para detener el desarrollo turístico.

Las nuevas tendencias de turismo mundial, demandan de FONATUR una adecuación de sus políticas y programas. En este contexto el esquema de cambio estratégico adoptado por FONATUR, está orientado a su consolidación

y posicionamiento en el sector como organismo de fomento turístico en la captación de recursos económicos, generación de empleos y desarrollo de regiones turísticas entre otros:

Dentro de las acciones de planeación estratégica, FONATUR, plantea el financiamiento a la actividad turística, comercialización y promoción de inversiones, planeación, desarrollo de proyectos integrales y de regiones turísticas entre otros:

1. Vender, liquidar o traspasar aquellas empresas en donde participa FONATUR.
2. Trasladar a los municipios los centros integralmente planeados que se ubican dentro de jurisdicción, de manera gradual y con base a su nivel de conservación.
3. Buscar la eficacia operativa y financiera en aquellas inversiones donde FONATUR participa, a través del cambio de operador, concesión a inversionistas privados, cobrando FONATUR una renta o participación en los ingresos.
4. Optimizar la operación regional de los centros integralmente planeados, incrementando su rentabilidad por medio de la reducción de costos y el mejoramiento de la calidad en los servicios.
5. Consolidar financieramente al organismo, dentro de un esquema autosuficiente y productivo con fórmulas de inversión modernas y flexibles.
6. Establecer una estrategia de comercialización y promoción con un enfoque de negocios, que permita sustituir las ventas simples de terrenos por las de proyectos integralmente planeados.
7. Promover una política crediticia dirigida al financiamiento de los nuevos productos turísticos, orientándose con ello a la inversión y financiamiento de los sectores público, privado y social, hacia nichos de mercados más competitivos.
8. Procurar la mayor rentabilidad del fondo y su mejor posicionamiento frente a otros organismos en el sistema financiero de fomento, por medio de un

intenso programa de coinversiones, de desincorporación de activos, de establecimiento de nuevos esquemas de fondeo de generación de recursos vía asesorías nacionales y extranjeras, y de un programa de fomento a las inversiones, sustentado en una base amplia de promoción y difusión.

La nueva estrategia de ventas contempla cuatro importantes rubros:

- I. Prospectos de negocios turísticos. En este nuevo esquema FONATUR ofrece a los inversionistas un negocio estructurado con el respectivo estudio de factibilidad, que pueden considerar hoteles, comercios y unidades de servicio urbano y en algunos casos infraestructura.
- II. Venta de terrenos. En este rubro se ha reducido el tiempo que lleva el proceso para el cierre de operación y escrituración de cuatro años a tres meses. En lo correspondiente a usos de vivienda unifamiliar, pequeños comercios y en algunos casos, industrial, se ha eliminado el requisito de plazo de construcción.
- III. Desincorporación de activos: Se desincorporan del patrimonio del Fondo en el corto y mediano plazo, todos aquellos inmuebles que fueron construidos en el pasado con el propósito de motivar la participación de los inversionistas nacionales y extranjeros en sitios promovidos por FONATUR. Aquí se contemplan hoteles, casas y edificios habitacionales, áreas comerciales, acciones de empresas, campos de golf y marinas turísticas, entre otras.
- IV. Proyectos turísticos integrales. Este moderno concepto de desarrollo consiste en la preparación de una oferta masiva de terrenos y es ofrecida a los inversionistas nacionales y extranjeros para ser desarrollada, basado en un plan maestro, con la participación y coordinación de FONATUR, lo cual garantiza el desarrollo de la infraestructura y superestructura necesaria, así como el respeto de la imagen y de la identidad del lugar.

Si bien estos proyectos considerados como estratégicos, se han ubicado preferentemente dentro de los destinos existentes que cuentan con una imagen establecida, población, aeropuerto, infraestructura básica y otros factores capaces de garantizar su continuo desarrollo y optimizar las inversiones.

b. Financiamiento institucional.

La globalización económica se ha manifestado no sólo en la integración de los procesos comerciales, sino también en los gustos y preferencias donde los viajes internacionales tienden a ser cada vez más frecuentes. México no ajeno a los sucesos en el comercio exterior con la apertura de nuestros mercados principalmente a partir de la entrada del país al Acuerdo General de Aranceles y Comercio (OMC) y el TLCAN, el aprovechamiento de Inversión Extranjera Directa, en el turismo no puede pasarse por alto. El financiamiento para la modernización turística necesita grandes inversiones de capital, en gran parte posible con inversión privada.

Durante esta década se ha promovido ante los cambios estructurales de la economía, que los procedimientos y criterios jurídicos, se readapten o modifiquen al momento que se esté viviendo, para proporcionar mayor seguridad a las nuevas inversiones con la apertura nacional.

El objetivo buscado por el gobierno mexicano, con la inversión extranjera, es el de obtener un papel más activo, complementando a la inversión nacional con capitales frescos y dentro de una moderna rectoría del Estado.

En el contexto del Plan Nacional de Desarrollo se da especial atención al fortalecimiento y desarrollo de la oferta turística a través de FONATUR. El PND 1989-1994, orienta su exposición a la reordenación económica y el empeño por cambiar el aparato productivo, llevando a cabo políticas de comercio exterior e industria, con apoyo de la inversión extranjera. Lo mismo se observa en el Programa de Modernización Turística 1989-1994, en donde se señala la necesidad de apoyar la actividad turística con inversión extranjera.

En el periodo de enero de 1989 a febrero de 1995 la Inversión Extranjera Directa en actividades relacionadas con el turismo fue de 5,481.7 millones de dólares equivalente al 16.3 por ciento total de la inversión extranjera de las empresas con capital foráneo. (ver cuadro 2.11)

Año	Millones de dólares	
	IED total	IED turismo
1986	2,424.20	186.9
1987	3,877.20	529.3
1988	3,157.10	1,235.60
1989	2,913.70	26.9
1990	4,978.40	1,697.30
1991	9,897.00	30.3
1992	8,334.80	1,401.60
1993	15,617.00	1,185.00
1994	9,666.20	975.1
1995	5,496.30	279.9

Cuadro 2.11

Fuente: Estadísticas Básicas del Sector Turismo.

La afluencia de inversión extranjera directa en el sector turismo ha sido muy fluctuante en los últimos seis años, representando en 1986 el 7.7 por ciento del total de inversión nueva y solamente el 0.3 por ciento en 1991.

A partir de 1992 se implementaron estrategias tendientes a incrementar el flujo de capitales del exterior y así mejorar la infraestructura hotelera con que cuenta el país, lo cual representa un mayor atractivo al turista extranjero con novedosos servicios.

FONATUR ha sido una institución experimentada en la materia de financiamiento. Uno de sus mayores logros ha sido la creación de los centros turísticos integralmente planeados, los cuales han contribuido de manera importante al desarrollo turístico y socioeconómico del país, al incrementar la oferta turística con destinos de alta calidad, atrayendo nuevos segmentos de mercado y fortaleciendo el desarrollo regional. Además FONATUR cubre buena

parte de la geografía nacional, apoyando a inversionistas interesados en la actividad turística.

Con tal propósito, el gobierno federal evita que FONATUR siga sufragando en su totalidad la infraestructura turística, para lo cual se ha contribuido en el plan de apoyo y promoción del turismo, con programas como:

- Creación de un Fondo Mixto de Garantía para el Pequeño Empresario (FOGAPET), cuya función está enfocada al apoyo técnico y crediticio de capacitación y continuación a su papel de promotor financiero. Durante los primeros tres años de su funcionamiento comenzó a tener problemas y para continuar sus labores cambio su nombre por Fondos Integrales de Desarrollo para el Pequeño Empresario Turístico (FODETUR).

- Con el propósito de promover la inversión en la rama turística y ampliar la captación de visitantes internacionales, el fondo sustituyó el esquema de promoción hotel por hotel, para establecer el concepto de megaproyectos para fortalecer la imagen del centro turístico, multiplicar la acción de promoción e incremento de inversiones y elevar el volumen de empleo y desarrollo regional, con fundamento en el desarrollo de un proyecto integral que combina oferta masiva de terrenos localizados en lugares turísticos ya existentes.

FONATUR participa en el desarrollo activo de centros turísticos, ejecutando obras de infraestructura, promoción de la inversión tanto nacional como extranjera en proyectos turísticos y otorga financiamiento a particulares para la construcción, remodelación y ampliación de establecimientos turísticos. Durante 1988-1994, se logró la construcción de 19,500 cuartos, la remodelación de 8,000 y la rehabilitación de 5,100.

Entre 1989 y 1990, FONATUR aprobó créditos para la construcción de 7,035 nuevos cuartos y la remodelación de 1,752, propiciando la generación de más de 5,000 empleos directos y 14,000 indirectos. Durante 1991 el Fondo autorizó financiamientos por 248,294 millones de pesos y 30.8 millones de dólares para la construcción y remodelación de cuartos de hotel.

En 1992, con la participación del Banco Nacional de Comercio Exterior, BANOBRAS y Nacional Financiera en el financiamiento de la oferta turística, se apoyaron líneas de crédito. Se autorizaron 296,921.6 millones de pesos para la construcción y remodelación de cuartos de hotel, se otorgó financiamientos por 2,235.5 millones de pesos a través de los Fondos de Garantía para el Pequeño Empresario Turístico, a fin de apoyar la modernización de los prestadores de servicios en las treinta entidades federativas inscritas en el programa.

A partir de 1989 el gobierno federal asumió pasivos por 931,475 millones de pesos, fecha en que se suscribió el Convenio para el Cambio Estructural, Ordenamiento Integral y Rehabilitación Financiera, en el que se establecen medidas para sanear la estructura financiera y promover el incremento de la rentabilidad y la productividad de los proyectos turísticos. De esta forma se reactiva la actividad crediticia y el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), se incorpora al financiamiento del sector turismo por la parte gubernamental. En ese año el Banco empieza a jugar un papel relevante en el financiamiento al turismo. La razón expresada para fundamentar la incorporación de este Banco a las actividades turísticas, fue el hecho de que esta institución se encuentra orientada a las actividades generadoras de divisas.

En 1993 se firmó un convenio de cooperación con BANCOMEXT por una línea de crédito de 100 millones de dólares. Con el Banco Nacional de Comercio Interior (BNCI) se firmó un convenio de cooperación por 200 millones de nuevos pesos para el apoyo de financiamiento conjunto a instalaciones turísticas de bajas categorías y complementarias equivalentes.

En el período 1991-1993, se realizaron tres operaciones de factoraje por un monto de 192 millones de nuevos pesos con los que se constituyeron oportunamente los ingresos presupuestados, que por diversas razones, no se recibieron a tiempo. Esta práctica permitió atender los compromisos de financiamiento a la actividad turística, así como de acreditar la contraparte local de la línea de crédito 219 otorgada por el BID.

Por otra parte, el 1994 se llevó a cabo la bursatilización de la cartera de créditos por la cantidad de 137 millones de nuevos pesos, con lo cual se logró utilizar un mecanismo que no significó endeudamiento. Esto permitió dar mayor revolvencia a los activos crediticios, su costo fue inferior a los de otros instrumentos financieros y se concentró la oportunidad de acceder al mercado de valores, abriéndose así una fuente más de financiamiento.

De igual manera se logró la contratación de la octava línea de crédito con el BID, por 150 millones de dólares para el financiamiento del Programa de Infraestructura en los Centros Turísticos Integralmente Planeados y Megaproyectos, consiguiéndose la condición preferencial, además de otras, de realizar un aporte local equivalente al 50 por ciento de la inversión total estimada para el programa.

Para 1995 el Fondo establece una nueva estrategia de funcionamiento, a fin de responder a las necesidades del desarrollo del sector, en el marco de las condiciones socioeconómicas contemporáneas. Con la nueva estrategia se pretende concluir las obras de infraestructura en proceso e iniciar únicamente obras relacionadas con proyectos con un alto potencial.

A través de las diversas operaciones llevadas a cabo durante la administración salinista, se logró conjuntar una masa financiera con proporciones adecuadas de recursos propios, crediticios y fiscales que atendieron con suficiencia los requerimientos financieros de sus programas operativos. La gestión financiera permitió operar a FONATUR principalmente con recursos propios, los cuales representaron el 58 por ciento del total de recursos presupuestados y ejercidos durante el período. En forma complementaria se captaron recursos de créditos internos y externos que en un conjunto representaron el 32 por ciento de los ingresos y el 10 por ciento restante provino de recursos fiscales.

Cabe destacar que la recuperación de los créditos otorgados fue la fuente principal de los recursos propios, ya que aquel rubro representó el 53 por ciento del total; por otra parte la venta de terrenos representó el 22 por

ciento; la venta de inversiones representó el 17 por ciento y el restante 8 por ciento se integró por concepto de otros ingresos.

Del conjunto de recursos crediticios la participación de los créditos internos fue mas significativa, ya que alcanzó un 74 por ciento del total, mientras que el 26 por ciento restante correspondió a créditos externos.

Del total de recursos fiscales asignados, un 54 por ciento se canalizó a obras de infraestructura, mantenimiento y obras de contingencia, surgidas como consecuencia de daños causados por fenómenos meteorológicos; en tanto que el 27 por ciento se aplicó para cubrir la contraparte local de los créditos 191 y 219, otorgados por Banco Interamericano de Desarrollo; y finalmente el 19 por ciento restante se aplicó en inversiones diversas.

Los recursos generados y captados, durante el período comprendido entre enero de 1989 y el mes de agosto de 1994 ascendieron a la cantidad de 4,185.4 millones de nuevos pesos, que fueron aplicados en un 28 por ciento al programa de créditos; 25 por ciento a inversiones físicas, 24 por ciento se canalizó al pago de la deuda, 15 por ciento al gasto corriente y el 8 por ciento restante se aplicó a nuevos proyectos turísticos y otros egresos.

La actividad financiera realizada durante el período que se analiza, dio como resultado que se obtuvieran utilidades superiores a las de años anteriores, al reportarse 12.5 millones de nuevos pesos, en 1992; 26.4 en 1993 y 30.8 en 1994.

Uno de los principales objetivos de FONATUR desde su creación ha sido otorgar financiamiento, a la oferta turística que cumpla con el cometido básico de fomentar el desarrollo de la planta turística, sólidamente estructurada y adecuada a las necesidades específicas de la demanda nacional e internacional.

El Programa de Financiamiento FONATUR tiene como objetivo la consolidación de la planta turística nacional, de una manera planificada y en función de segmentos específicos de mercado, que genere una dinámica de apoyo efectiva, apoyando la captación de divisas, la derrama económica

nacional a la generación de empleos, así como propiciar la inversión en el sector determinando nuevas estrategias de financiamiento que permitan su desarrollo acorde a las nuevas tendencias del mercado turístico nacional e internacional.

A principios de la administración salinista, el programa de financiamiento se encontraba suspendido como consecuencia de las limitaciones existentes en la liquidez del Fondo y las medidas económicas dictadas por el gobierno federal, con excepción del programa de reconstrucción denominado Huracán Gilberto, el que operó de fines de 1988 a mediados de 1989.

Una vez reactivado el programa de financiamiento, FONATUR se abocó a la simplificación administrativa reduciendo requisitos (en un 25 por ciento) y acelerando los tiempos de entrega de recursos (en un 50 por ciento), mediante diversas medidas, como por ejemplo:

- Eliminación de avalúos solicitados al inversionista.
- Elaboración de un contrato tipo con la Banca.
- Abono de recursos a través de una cuenta única del Banco de México.

Al inicio de sus operaciones, FONATUR puso en práctica un esquema de financiamiento orientado principalmente a hospedaje. Este esquema estuvo acorde con las necesidades y problemáticas de su tiempo, sin embargo la demanda actual del sector turístico ha cambiado.

Los cambios económicos que están sucediendo a nivel internacional y que influyen también en la actividad turística nacional en cuanto a necesidades financieras, así como la generación de una amplia gama de productos, motivó la creación de un nuevo esquema de financiamiento a la actividad turística, que busca cumplir con estas nuevas tendencias.

El nuevo esquema de financiamiento incluye tres programas: Programa Normal, Programa Prioritario de Nichos de Mercado y Programa Fodetur.

Cabe resaltar la importancia del Programa Prioritario, a través del cual se busca diversificar los destinos del crédito, mejorar las condiciones de

otorgamiento, resolver y atender problemas específicos de la utilidad turística marcando un cambio trascendental en las políticas de financiamiento.

Este programa de financiamiento se diseñó buscando dirigir el financiamiento mediante un plan estratégico, en el que al 31 de agosto de 1994, se habían definido 16 nichos con los requerimientos del sector.

A finales de 1994 fue implementado de acuerdo con el Programa de Simplificación Administrativa del Gobierno Federal el " Compromiso de Oportunidad y Calidad", ofreciendo a los inversionistas tiempos de respuesta específicos, 5 y 10 días hábiles, a los créditos solicitados de acuerdo a montos de hasta 3 y 10 millones de nuevos pesos respectivamente.

Durante este mismo período fueron aprobadas 642 operaciones de crédito que ascendieron a 3,475.00 millones de nuevos pesos, los que generaron una inversión por 9,337.00 millones de nuevos pesos.

Los recursos autorizados se canalizaron a la construcción de 19,500 nuevos cuartos, la remodelación de 8,000 y a la rehabilitación de 5,100 unidades.

De esta manera FONATUR apoyó 32,600 cuartos de la oferta hotelera del país, que propició la generación de 63,200 empleos directos e indirectos.

Por otra parte financió además 110 restaurantes, 24 empresas de transportación turística, 15 agencias de viajes, 11 balnearios, 3 marinas, 2 campos de golf, 2 estacionamientos de casas rodantes y 10 proyectos diversos.

Con todo lo anterior puedo resumir la actividad de FONATUR, ante una etapa de apertura comercial y mayor participación de la inversión extranjera en nuestro país en lo siguiente:

Podemos considerar fundamental la participación de FONATUR como órgano promotor del turismo, asesoría y financiamiento, apoyo a SECTUR y al Ejecutivo Federal. Orientando hoy día su actividad principalmente hacia la promoción y apoyo técnico, para dar paso a los inversionistas privados de ser los constructores y aportadores. Además de realizar, estudiar y elaborar

proyectos; otorgar todo tipo de financiamiento en moneda extranjera o nacional; crear y consolidar los centros turísticos de acuerdo a los planes maestros de desarrollo; fraccionar, vender, rentar, administrar y enajenar todo tipo de inmueble o mueble para el turismo; adquirir valores emitidos para el fomento del turismo por instituciones financieras o empresas dedicadas al turismo y simplificar los trámites de autorización para los desarrollos turísticos y prestación de servicios, en coordinación a otras instancias federales.

2.2.2. Megaproyectos

Durante la década de los setenta, la política de desarrollo turístico estaba centrada en la creación de polos de Desarrollo Turístico Integralmente Planeados, derivada del marco internacional que promovía al turismo, como uno de los instrumentos de desarrollo económico de los países subdesarrollados. Para la década de los ochenta se define bajo el marco neoliberal económico y el cambio en la forma en que se involucra el Estado en estos desarrollos.

Dada la importancia de la actividad turística para la economía del país, el Gobierno Federal ha implementado nuevas políticas y estrategias con el propósito de consolidar el desarrollo de México como uno de los principales destinos turísticos internacionales, mediante la diversificación de instalaciones y atractivos turísticos que permitan atraer nuevas corrientes de visitantes de diferentes segmentos del mercado.

En este contexto, surge como estrategia la fórmula de desarrollo turístico que representan los Proyectos Turísticos Integrales (megaproyectos), los que responden a los requerimientos y objetivos definidos en el Plan Nacional de Desarrollo, así como a las políticas adoptadas, en consecuencias, por FONATUR.

Los megaproyectos plantean la diferencia en la estrategia de desarrollo derivada del nuevo marco estatal y de las dificultades financieras del Estado Mexicano, motivo por el cual se intensifica la búsqueda de coinversionistas en

algunas de las instalaciones hoteleras necesarias. Se planteaba la participación de la inversión extranjera y mexicana y la promoción de la desinversión de FONATUR.

Los Centros Integralmente Planeados han desempeñado un papel significativo de la industria mexicana. Este papel ha marcado las pautas de la estrategia de acción gubernamental de la promoción turística del país, por lo cual se continúa promoviendo la creación de grandes centros turísticos, ha pesar de que se verifiquen dentro de un marco de acción estatal cualitativamente diferente.

La implementación de megaproyectos constituye el eje principal del desarrollo de la oferta turística nacional, en donde se contempla la oferta a inversionistas nacionales o extranjeros, mediante el desarrollo de infraestructura y superestructura de servicios turísticos.

El concepto de megaproyectos es una fórmula moderna para el desarrollo de centros integralmente planeados, que consiste en la preparación de una oferta masiva de tierra que se ofrece a los inversionistas nacionales y extranjeros para desarrollarla, en participación y coordinación con FONATUR, garantizando el desarrollo de la infraestructura y superestructura necesaria, fortaleciendo la imagen e identidad de ese centro turístico³⁹.

Cabe señalar que, con la creación de los megaproyectos no sólo se desarrolla la infraestructura necesaria, resultado de la experiencia de FONATUR, se especifican los usos del suelo, así como la diversificación de atractivos turísticos con el desarrollo de hoteles, marinas, campos de golf, centros comerciales, unidades departamentales, zonas residenciales y todos los servicios necesarios.

Con base en la conceptualización de los megaproyectos, se establecen una serie de objetivos y metas, entre los más importantes se encuentran:

³⁹ SECTUR, Informe de Labores 1992-1993. Secretaría de Turismo. México, 1992, p. 61.

- Mantener la rectoría y orientación de los desarrollos turísticos del país.
- Captar nuevos segmentos de mercado, orientando los megaproyectos como una estrategia congruente con el desarrollo regional.
- Generar un volumen de atractivos turísticos que por sí mismos atraigan a un mayor número de turistas.
- Establecer una imagen arquitectónica definida.
- Multiplicar la generación de empleos y divisas.
- Consolidar los Centros Integralmente Planeados, y
- Contribuir eficazmente al desarrollo regional.

Otra forma de definir un megaproyecto consiste en considerarlo como un proyecto en el que se integran el Gobierno Federal y el sector privado. Teniendo el propósito de combinar la participación gubernamental y la iniciativa privada trabajando en conjunto y elaborando un desarrollo turístico más acorde con las necesidades del visitante, que promuevan el crecimiento regional.

Los megaproyectos son una nueva visión para el desempeño de las actividades de FONATUR, donde participa sólo como promotor y asesor, apoyando adicionalmente en el diseño, el estudio del lugar, la arquitectura, el impacto social y económico, etc. Representa una estrategia congruente que va de acuerdo al desarrollo regional orientada a captar nuevos segmentos de mercado: visitantes cuyo gusto sean las actividades deportivas y náuticas. Este proyecto cambia el enfoque de las actividades del Fondo, de inversionista principal, a asesor turístico.

El objetivo principal de los megaproyectos al ser creados, es captar un gran número de turistas, principalmente extranjeros con alto nivel de consumo, para apoyar el desarrollo regional del país.

De acuerdo al tipo de inversión presente en cada caso el Fondo quedará con participación minoritaria o mayoritaria en el proyecto. Son varias las formas de participar de la inversión privada, en la realización de los megaproyectos:

- FONATUR asociado con los inversionistas, el primero aporta los terrenos, estudios, anteproyectos y proyectos; y los segundos el capital y crédito necesario para realizar las obras de infraestructura de planta turística inicial, y

- FONATUR vende el terreno y el proyecto a los inversionistas privados y ellos mismos realizan y financian el proyecto. En este caso el Fondo conserva la orientación y objetivos del proyecto a través de una supervisión y vigilancia del desarrollo, incluyendo especificaciones de proyecto y normas de uso del suelo.

Para poder llevar a cabo un megaproyecto es necesario realizar los trabajos de análisis del sitio, estudio de mercado, anteproyecto del Plan Maestro y estudio del impacto ambiental.

Los megaproyectos están basados en un Plan Maestro que especifica los usos del suelo, teniendo en cuenta el balance ecológico, belleza y recursos naturales con el desarrollo de hoteles, marinas, campos de golf, centros comerciales, zonas residenciales, condominios y todos los servicios necesarios.

Existen quince megaproyectos además de los ya construidos: Ixtapa Zihuatanejo, San José del Cabo, San Lucas, Loreto, Puerto Escondido y Huatulco.

1	Puerto Cancún	Cancún, Quintana Roo
2	San Buenaventura	Cancún, Quintana Roo
3	Marina Ixtapa	Ixtapa, Guerrero
4	Punta Ixtapa	Ixtapa, Guerrero
5	Puerto Loreto	Baja California Sur
6	Puerto Chahué	Huatulco, Oaxaca
7	Santa María del Obraje	San Miguel de Allende, Gto.
8	Bahía de Cacaluta	Huatulco, Oaxaca
9	Puerto los Cabos	San José del Cabo
10	Puerto Bello	Cozumel, Quintana Roo
11	El Soldado de Cortes	Guaymas-San Carlos, Son.
12	La Pesca	Soto la Marina, Tamaulipas
13	Rancho Maiaqua	Manzanillo, Colima
14	Presa de la Amistad	Ciudad Acuña, Coahuila
15	Laqo de Colina	Ciudad Camargo, Chih.

A continuación se describen brevemente cada uno de ellos:

El Centro Integral de Desarrollo Turístico de los Cabos es visualizado al finalizar la década de los setenta, cuando la Península de Baja California Sur se incorpora al Plan General de Desarrollo Turístico Nacional. El proyecto es financiado por el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM).

Este polo ofrece varias imágenes: Cabo San Lucas, con su marina y zona de gran actividad, muy atractiva para el turismo náutico y para el turista joven de altos ingresos; y la zona turística de San José, dedicada al turismo masivo de ingreso medio alto y para el turismo de estadía prolongada y de altos ingresos.

San José del Cabo cuenta con un total de 1,959 hectáreas para su desarrollo. Cabo San Lucas, cuyo Plan Maestro se limita a la marina y a una zona de terrenos para el desarrollo de hoteles, condominios y comercios orientados al turismo náutico.

San José del Cabo está formado por tres zonas: el poblado de apoyo, reserva para uso turístico y urbano y la reserva ecológica, estero y zona federal.

Loreto, se localiza en la costa Oriente de la parte central del estado de Baja California Sur. Este polo turístico abarca también Puerto Escondido y su

entorno, contenido en su Plan Maestro, constituye un complejo náutico enmarcado por la belleza de las montañas.

Bahías de Huatulco en el estado de Oaxaca, es un proyecto conformado por nueve bahías, enfocado principalmente hacer un lugar de descanso. Para el inicio de su desarrollo se obtuvo un crédito del BID, a través de un programa de desarrollo y equipamiento.

Puerto Cancún, Quintana Roo, es un desarrollo turístico náutico situado entre la ciudad de Cancún y Bahía de Mujeres, construido para apoyar y fortalecer la oferta hotelera de Cancún. Este proyecto se vendió en 1989 al Grupo SEC, organización de negocios italiana, en que FONATUR participó con sólo 49 por ciento y al grupo con 51 por ciento. En 1990 se constituyó el fideicomiso FONASEC, para 1992 una vez realizada la negociación se firmó un contrato de obra con la empresa italiana FUTURA, S. de R. L., con una inversión de 179 millones de dólares y un plazo de aplicación de cuatro años y medio.

San Buenaventura, Quintana Roo, es un malecón turístico con desarrollo urbano, situado al sureste del área urbana de Cancún. Este concepto contempla un desarrollo habitacional y la combinación de actividad turística-urbana dentro de la ciudad. En 1989 se presentó la fase de selección de oferta para su ejecución. En 1991 las empresas ganadoras fueron: Nacional Compañía Constructora, S. A. de C. V. y DSC Turismo, S.A. que formaron la Sociedad Megaproyecto de San Buenaventura, S. A.

Marina Ixtapa, Guerrero es marina turística, campo de golf, desarrollo hotelero y departamental, localizada en la zona delimitada por la Avenida Paseo Ixtapa, El Paseo de las Garzas y el camino de la carretera a Punta Ixtapa-Playa Linda. Representa la creación de un embarcadero con capacidad para cuatrocientas embarcaciones deportivas. Los terrenos del megaproyecto se vendieron al Grupo SIDEC, quien desarrolló las obras de infraestructura, de cabeza y marítima, en 1990⁴⁰.

⁴⁰ SITUR, *The Mexico of Situr*, International Annual Publication, 1996. p. 49.

Punta Ixtapa, Guerrero, es un conjunto residencial de alta calidad complementado con desarrollo hotelero, se localiza al noroeste de Ixtapa, Guerrero, su concepto está basado en ofrecer productos turísticos de baja densidad poblacional, enmarcados por una amplia extensión de áreas de conservación ecológica. En 1991 FONATUR negoció con el grupo mexicano DESC, vendiéndole el proyecto correspondiente quedándose con la participación mayoritaria frente al Fondo.

Puerto Chahue, Huatulco, Oaxaca, es una marina con servicios náuticos y residenciales, situado al sureste del aeropuerto internacional de Huatulco. Durante 1991 se iniciaron los programas para que FONATUR realizara las obras de infraestructura, a finales de 1992 las obras del drenaje, limpia de terreno y pavimentación fueron terminadas. Esto gracias al BID, institución que proporcionó el crédito y el Fondo está realizando la urbanización.

Puerto Loreto, Baja California Sur, es un desarrollo náutico, residencial y hotelero, que se ubica al sur de la ciudad de Loreto. En 1989 FONATUR vendió los terrenos al Grupo Promotora del Desarrollo Integral de Puerto Escondido, S. A. de C. V., este megaproyecto recibe en un principio este nombre, pero al confundirse con el desarrollo turístico de Oaxaca se adecuó a Puerto Loreto. El Grupo Promotor se constituyó por inversionistas mexicanos y la Compañía de Aguas de Marsella. Para poder realizar obras de infraestructura, FONATUR dio el aval para un crédito otorgado por el Banco del Lyme.

Santa María del Obraje, San Miguel de Allende, Guanajuato, es un conjunto turístico-cultural con hotel, comercios, teatros, talleres y viviendas. En 1994 se formalizó la aportación de FONATUR y de Inmobiliaria Real de la Presa. En este proyecto el Fondo suscribió el 15 por ciento de la aportación total que asciende a dos millones de dólares.

Bahía Cacaluta, Huatulco Oaxaca; es un centro turístico integral, con una marina y campo de golf.

Puerto los Cabos, San José del Cabo, es una marina turística y desarrollo inmobiliario con campo de golf y deportes acuáticos.

Puerto Bello, Cozumel, Quintana Roo, es un desarrollo hotelero con actividades recreativas marítimas.

El Soldado de Cortés, Guaymas-San Carlos, Sonora, es un centro turístico integral con marina, golf y clubes deportivos, las obras básicas de urbanización se realizaron por parte de una empresa constructora del Grupo Mexicano de Desarrollo. El BID financia el 50 por ciento para los trabajos preliminares para licitar las obras de cabeza.

La Pesca, Soto la Marina, Tamaulipas, es un centro turístico integralmente planeado enfocado a la actividad náutica.

Rancho Mahagua, Manzanillo Colima, es un desarrollo turístico-ecológico.

Presa de la Amistad, Ciudad Acuña, Coahuila, es un desarrollo turístico integralmente planeado con campo de golf y marina.

Lago de Colina, Ciudad Camargo, Chihuahua, es un desarrollo turístico-ecológico.

En 1994 se inician los trabajos de urbanización en Puerto Cancún, San Buenaventura (Cancún, Q.R.), Puerto los Cabos (B.C.S.) Puerto Bello (Cozumel, Q.R.), Bahía de Cacaluta y Puerto Chahué (Huatulco, Oax.) significan la consolidación de centros turísticos existentes que complementan de manera armónica los servicios turísticos que ya se ofrecen, lo que permitirá continuar en los primeros lugares del mapa turístico.

El Soldado de Cortés, La Pesca y Presa de la Amistad, ubicados en el norte del país, permitirán impulsar de manera muy importante la actividad turística en regiones poco explotadas en ese sector, pero de gran potencial de desarrollo por contar con un mercado potencial natural en los estados del sur de los Estados Unidos.

Santa María del Obraje, en San Miguel de Allende Gto.; Rancho Mahagua, en Manzanillo, Col., y Lago de la Colina en Ciudad Camargo, Chih., de vocación cultural el primero y ecológica los segundos, son proyectos que

atenderán los nuevos segmentos de mercado que buscan el contacto con la naturaleza.

CAPÍTULO 3

EL PROYECTO DE NACIÓN MEXICANO

Y SU VINCULACIÓN CON EL TURISMO

CAPÍTULO 3. EL PROYECTO DE NACIÓN MEXICANO Y SU VINCULACIÓN CON EL TURISMO

El proyecto de nación de un país como México, esta basado principalmente en el logro de los objetivos nacionales, los cuales consisten en la resolución de los problemas que aquejan al país, tales como vencer la crisis económica, política y social, lo cual incluye recuperar la capacidad de crecimiento económico, disminuir las tasas de desempleo y combatir la inflación entre otros. Estos problemas que enfrenta el país se derivan tanto de errores de política, como de factores externos y de la dinámica de crecimiento y desarrollo de la evolución interna de nuestro país.

Ante la necesidad que impone hacer frente a los desafíos de nuestro tiempo, aprovechando el amplio potencial que México posee, es indispensable tener un proyecto claro, apoyado en sus instituciones y en el que el Estado mexicano se constituye en impulsor de las transformaciones, para superar los obstáculos coyunturales y apoyar los cambios estructurales. Asumiendo así su responsabilidad frente a las transformaciones en el mundo y en la sociedad nacional.

En la década que comprende este trabajo sucede un acontecimiento muy importante. el cambio de política, en donde el Estado comienza un proceso de desinversión, después de haber sido el principal responsable del desarrollo del país, convirtiéndose en el primer sujeto de modernización.

Es muy importante considerar el contexto internacional que se vive a partir de los ochenta, como elemento de referencia en la definición de la estrategia de desarrollo, tanto para reducir la vulnerabilidad del país frente a cambios externos desfavorables, como para influir positivamente en la configuración de un entorno internacional político y económico óptimo.

La interdependencia entre las naciones hace que los cambios de una parte del mundo afecte en las naciones restantes. Por lo que el Proyecto de

Nación de México no puede abstraerse de los retos políticos y económicos que configuran el ámbito internacional, caracterizado por un activo proceso de transformación, tendiente a la globalización, para lo cual, es necesario adoptar ciertos principios dentro de los países que les permitan vincularse a este proceso.

Dentro de los profundos cambios que se están llevando a cabo en México con objeto de modernizar su economía, destacan las nuevas políticas comerciales de estos últimos años, mismas que no obedecen a exigencias a corto plazo, sino que cada una de las medidas adoptadas se inscriben en una estrategia de mayor alcance.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), entre México, Estados Unidos y Canadá, es una respuesta oportuna a estos cambios sucedidos. El tratado permitirá aprovechar la complementariedad existente entre las economías norteamericanas, tanto en la dotación de recursos, como de los procesos productivos y de servicios, incrementando de esta manera, la competitividad de toda la región y buscando un beneficio para los países integrantes.

Ante estos momentos de renovación, el turismo toma una vigorosa importancia para los países que como México, han visto en esta actividad un medio de desarrollo y crecimiento socioeconómico. El turismo es por su solidez y rentabilidad una de las ramas económicas más importantes en México, el cual se ha incorporado con fuerza a la competencia comercial de los servicios internacionales y plazas turísticas que compiten con las mejores del mundo. Sin embargo, el turismo nacional se enfrenta al reto que significa los mercados y la firma de un Tratado de Libre Comercio, con naciones que tienen mayor avance en los servicios, que ofrecen y que realizan campañas promocionales para buscar la divisa turística.

3.1. La necesidad del cambio estructural

El desarrollo de la economía mexicana se ha vinculado estrechamente con el sector externo a través de su historia. De la época colonial a nuestros días, el sector exportador ha sido instrumental, tanto en la promoción del crecimiento económico, como en el crecimiento, la recesión y la crisis de la balanza de pagos. La economía mexicana, como la mayor parte de las economías es altamente vulnerable a las fluctuaciones externas y a las conductas específicas y la composición del sector exportador. Este sector es esencialmente fundamental debido a la necesidad vital para una pequeña y desarrollada economía que genera el ingreso del intercambio externo para importar tecnología avanzada⁴¹.

3.1.1. Reseña del problema económico en México.

En la época colonial, la Nueva España contaba con una economía basada principalmente en la explotación de minas de plata. El comercio internacional y doméstico, así como la circulación monetaria, se determinaban por la productividad de las minas. Todas las actividades económicas se enfocaban a la provisión de todo tipo de artículos que se requerían para la producción minera.

Debido a las características de la producción de intercambio externo, el sector minero tuvo enlace tanto con el mercado doméstico, como con el comercio internacional, trayendo consecuentemente la necesidad de importar materias primas y equipo para las nuevas industrias desarrolladas a partir de la revolución industrial.

⁴¹ Cárdenas, Enrique, "Contemporary Economic Problems in Historical Perspective", Brothers Dwight S. and Adele E. Wick, Mexico's search for a new development strategy, Westview Press. Proceedings of a Conference sponsored by The Ford Foundation and The Economic Growth Center of Yale University. USA. 1990, p. 1.

El crecimiento económico se vio interrumpido, a consecuencia de la Guerra de Independencia que estalló en 1810⁴², sin embargo, esto no fue lo peor, sino que cuando la guerra finalizó, la capacidad de producción minera resultó dañada seriamente por la destrucción que había provocado el enfrentamiento armado y las malas condiciones e inundaciones, que ocurrieron debido al abandono de minas durante este suceso. Para 1821 se necesitó una gran cantidad de recursos para reactivar las minas.

Durante el último tercio del siglo XIX, el mercado doméstico y su sector exportador crecieron; el primero se vio estimulado por la aparición de vías ferroviarias, las cuales aumentaron el comercio interno y ampliaron este mercado⁴³.

El primer banco comercial fundado en 1860, redujo la dependencia monetaria de la economía con respecto a la actividad minera, sin embargo, el sector externo continuó ejerciendo un enorme impacto sobre la economía de mercado a través de su demanda por mercancías producidas domésticamente y el intercambio externo. Pero los ciclos internacionales fueron transmitidos a la economía interna a través del mercado externo, como es el caso de la recesión internacional de 1884. La adopción del patrón oro por la mayoría de los países más poderosos y el incremento de la producción mundial de plata, redujeron el precio relativo de la plata con el oro en los mercados internacionales, así como una depreciación nominal del peso mexicano con referencia al dólar y otras monedas.

El crecimiento de la economía internacional en esa época fue probablemente un factor importante en la determinación del crecimiento correspondiente de la economía mexicana, así como los avances tecnológicos

⁴² La producción de plata disminuyó de 27 millones de pesos en 1812 a 4.4 millones en 1822. *Ibidem*, p. 23.

⁴³ El 16 de septiembre de 1869 se inaugura el servicio de ferrocarril México-Puebla, cuatro años después en 1873 se inaugura el tramo México-Veracruz. Aunque diecinueve años antes se había puesto en servicio el tramo Veracruz-Molino, obviamente no tuvieron la importancia de los dos anteriores. Jiménez, Alfonso, *op. cit.*, p. 11

que tuvieron lugar en otros lugares y que fueron incorporados relativamente rápido⁴⁴. El sector manufacturero creció rápidamente durante los últimos veinte años del porfiriato, debido a los principios de un proceso de sustitución de importaciones en algunas industrias básicas, como los textiles, la cerveza, el papel, el cemento y el acero. Esto fue posible por la afluencia de capital extranjero desde mediados de siglo, especialmente de Inglaterra y Francia, el motor del crecimiento continuó siendo el sector exportador, constituido por la minería y la agricultura y por el petróleo en los primeros años del siglo XX.

La Revolución Mexicana trajo años de guerra civil, confusión política y peligro económico, y ocasionó un deterioro de la actividad económica en todos los sectores. La primera Guerra Mundial por su lado, creaba una gran demanda de minerales, principalmente petróleo.

A partir del fin de la Revolución Mexicana, el país empieza a desarrollarse en un ambiente de cierta libertad y estabilidad política, a pesar del acelerado crecimiento demográfico y unas condiciones externas no siempre favorables⁴⁵. Los años postrevolucionarios se caracterizaron por una lenta recuperación de la producción, desarrollo institucional y el establecimiento de la infraestructura económica básica.

La Gran Depresión que golpeó al mundo occidental en octubre de 1929, tuvo efectos de longitud perdurable sobre las economías de muchos países. La depresión externa afectó la economía mexicana a través de diferentes canales, primero una reducción en la demanda de exportaciones y un descenso en los términos de comercio disminuyó la capacidad de importar; segundo el desequilibrio comercial redujo abruptamente las reservas del banco central y con ello el suministro de dinero; y tercero la disminución en las exportaciones implicó una reducción correspondiente en los ingresos fiscales.

⁴⁴ Sin embargo las grandes innovaciones que se dan en América del Norte y Europa en relación con el transporte, llegan con retraso a México, dejándolo a la zaga de las grandes innovaciones y de la infraestructura necesaria para su uso. Jiménez, Alfonso. *op. cit.*, p. 13.

⁴⁵ Poder Ejecutivo Federal. Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, México, 1983. p. 87.

A partir de la II Guerra Mundial, México aplicó una política de desarrollo económico que se enfatizó en la industrialización, la cual estaba basada en la estrategia de sustitución de importaciones de bienes duraderos de consumo, el cual ha llevado al país a depender en alto grado del comercio exterior, así como el endeudamiento externo.

Como resultado del proceso de industrialización, México había desarrollado una propensión a importar más de lo que exportaba. México pudo por algún tiempo satisfacer dicha demanda a importar por encima de la capacidad de exportación, gracias a los ingresos por turismo extranjero.

Durante la década de 1951 a 1960, el déficit comercial siguió creciendo, pero el turismo y las transacciones fronterizas tendieron a elevar su participación lo suficiente como para compensar el déficit comercial⁴⁶.

Para los años sesenta, la situación empezó a deteriorarse, el déficit comercial siguió creciendo en general, mientras que los ingresos netos por otros conceptos de cuenta corriente no lo hicieron proporcionalmente. El hecho de que los mexicanos desarrollaran el gusto por viajes al extranjero y dado que su gasto tendía a crecer más rápidamente que el de los turistas que visitaban México, el tradicional saldo favorable por este concepto, disminuyó su ritmo de crecimiento. Para 1961, los ingresos por concepto de turismo y transacciones fronterizas ya no fueron capaces de financiar el déficit comercial.

La política de sustitución de importaciones, vino a reducir la dependencia del intercambio externo tanto como de los impactos externos y los ciclos de negocios adversos. En 1970 se tiene conocimiento de que para poder producir bienes de consumo se requiere de materiales, equipo y maquinaria de importación, lo que vuelve al país más dependiente en cierto sentido. Empiezan a presentarse los primeros síntomas claros de que la "etapa fácil" de la estrategia de sustitución de importaciones había quedado atrás, y que el país tenía la necesidad de iniciar una segunda etapa, la de sustitución de bienes

⁴⁶ Ojeda, Mario. *op. cit.*, p. 139.

intermedios y de capital⁴⁷. Para poder iniciar esta segunda etapa de sustitución de importaciones era necesario contar con una elevada inversión y con alta tecnología, de la cual México carecía, por lo cual necesitaba seguir endeudándose a efecto de poder amortizar y pagar los intereses de la antigua deuda. Los servicios de la deuda habían crecido más de prisa que los ingresos de cuenta corriente⁴⁸.

Durante la administración del presidente Luis Echeverría se anunció la necesidad de un cambio drástico de política en el sentido de limitar el creciente endeudamiento externo. Para ello era necesario, llevar a cabo una reforma fiscal, con el propósito de sustituir los fondos del gasto público que provenían del exterior, así como aumentar las exportaciones y el turismo extranjero. Este último se fomentó a través del desarrollo de nuevos proyectos de infraestructura turística, permitiendo a grandes cadenas hoteleras establecerse en México con mayor facilidad. Se pensó también en buscar algún mecanismo que desalentara a los mexicanos de viajar al exterior.⁴⁹

La reforma fiscal nunca se llevó a cabo, no al menos en la medida en que se requería. En el sector turismo se logró que parte importante del ingreso se revirtiera al exterior, a través de la remisión de utilidades de las empresas extranjeras. Con respecto a la meta de desalentar la corriente de viajeros mexicanos al exterior, el éxito fue escaso en los dos primeros años de gobierno. Por un lado la larga frontera con su principal proveedor de viajeros y por otro el temor del gobierno mexicano a incitar represalias, como sería el que Estados Unidos adoptará también medidas restrictivas para que sus turistas viajaran a México. Como respuesta a este problema, sólo se tuvo la alternativa de implementar una campaña publicitaria llevada a cabo bajo el slogan "Conozca México primero", con el objetivo de desviar hacia dentro el turismo nacional.

⁴⁷ *Ibidem.* p. 136.

⁴⁸ *Ibidem.* p. 138.

Las maquiladoras fueron otra de las medidas contempladas por la administración echeverrista, como medio de obtener mayor ingreso de divisas extranjeras. A pesar de todas las medidas aplicadas para establecer una situación positiva de la balanza de pagos, a mediados de 1974, México enfrentaba una situación crítica, puesto que los términos de la relación con el exterior se habían deteriorado.

El gobierno anunciaba la decisión de llevar a cabo una adecuación fiscal, pero se descubren nuevos mantos petrolíferos que inmediatamente son explotados, convirtiendo al país exportador de petróleo. Para julio del mismo año, se dejó de importar petróleo, abriéndose la oportunidad para México de poder negociar su comercio exterior del lado de las exportaciones y no como sucedía, sólo por el lado de las importaciones. Las exportaciones petroleras aumentaron rápidamente los ingresos por intercambio exterior. El boom petrolero provocó que la economía recomenzara un rápido crecimiento arriba de los niveles históricos. La construcción de la infraestructura necesaria para explotar la abundancia petrolera era uno de los primeros proyectos del gobierno. Entre 1978 y 1982 las exportaciones de petróleo aumentaron de 30.7 por ciento a 77.6 por ciento del total de mercancías exportadas. El boom petrolero suministró ingresos fiscales adicionales que primero aliviaron la situación deficitaria y después permitieron una expansión sin precedente de desembolsos a más del 90 por ciento del PIB, en los primeros años de la década de los ochenta.

El rápido índice de crecimiento económico del país, la temporal eliminación de la limitación externa y la aparente desaparición del problema estructural, permitieron a la economía y a la sociedad, de manera general, comportarse como si el país fuera rico y desarrollado.

A partir de 1979, la balanza de pagos había mostrado un peligroso déficit en cuenta corriente el cual amenazaba en convertirse aún más serio, si medidas radicales para disminuir la demanda de importaciones no eran tomadas. A pesar de las claras señas del mercado internacional de petróleo

para el colapso, el gobierno rehusó a devaluar el índice de cambio, el cual estaba altamente sobrevaluado y una gran fuga de capitales tomaba lugar. En 1982 el índice de cambio fue devaluado casi al 50 por ciento. El gobierno negó una vez más, conocer la situación de la fuga de capitales y que la importación de bienes y servicios continuaban creciendo⁴⁹.

En 1979, el gobierno declaró moratoria en el servicio de pago de deuda exterior y logró un acuerdo "stand by" con el Fondo Monetario Internacional (FMI), justo antes del cambio de administración a finales de 1982. El nuevo gobierno esencialmente enfrentó un doble reto, tenía que reducir la inflación y tenía que estipular las condiciones económicas para sustentar el crecimiento económico. Es decir, tenía que controlar el déficit presupuestario, reducir su financiación a través de medios inflacionarios, estabilizar el índice de cambio, prevenir la bancarrota y minimizar los contrastes externos para asegurar a largo plazo el crecimiento consistente, con el aumento de la población y la fuerza laboral. Fue imperativo para el gobierno también resolver la recesión y al mismo tiempo hacer los cambios estructurales necesarios para sustentar el crecimiento económico.

La reanimación de la crisis económica a partir de agosto de 1982, desencadenada finalmente por la caída de los precios internacionales del petróleo, fue abordada por la nueva administración a través de una política económica, inducida en gran parte, por los acuerdos con el FMI de noviembre de 1982⁵⁰ y que se expresó en el Programa Inmediato de Reordenación Económica, proyectado para lograr tres objetivos fundamentales: "a) abatir la inflación; b) proteger el empleo, la planta productiva y el consumo básico; y c) recuperar la capacidad de crecimiento de la economía"⁵¹.

⁴⁹ Cárdenas, Enrique, *op. cit.*, p. 16.

⁵⁰ Ortiz Wadgymer, Arturo, Introducción al comercio exterior: ¿proteccionismo o libre cambio?, Nuestro Tiempo, 1990, p. 143.

⁵¹ Poder Ejecutivo Federal, Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, México, 1988, p. 177.

3.1.2. El ámbito internacional.

La década de los ochenta se caracteriza por cambios en diversos ámbitos de la sociedad internacional. La guerra fría que definió los esquemas internacionales, ha quedado atrás, las grandes potencias protagonistas de aquel escenario originaron cambios afectando a la comunidad internacional. Bajo este contexto surgen nuevos bloques de poder y se abre una lucha económica y de mercados.

Al inicio de esta década, la economía de los países socialistas se manifiesta en crisis. A partir de entonces se han verificado procesos que incluyen la recomposición de gobiernos, nuevas alianzas y la redefinición de intereses económicos y políticos para toda la porción de Europa tanto occidental como oriental, desembocando en la reunificación alemana.

En el aspecto económico dentro de este panorama, se regresa a las tendencias neoliberales y al abandono de políticas neokeynesianas que se traduce en una reducción del papel del Estado benefactor. En los países subdesarrollados los problemas más importantes son de orden económico derivados de la altísima deuda externa.

En el contexto internacional al iniciarse la década, la política emprendida por Estados Unidos se regía bajo los marcos ideológicos del neoconservadurismo en lo político y del neoliberalismo en lo económico⁵², así como la existencia de una sociedad multipolar en lo económico y en lo político.

La inconsistencia de los ritmos de crecimiento económico mundial, llevó a muchos países industrializados a aplicar nuevas políticas de austeridad que les permitieran reestructurar los procesos productivos, abatir costos, disminuir las actividades económicas que desempeñaba el Estado, imperando un ambiente neoliberal desde los años setenta.

⁵² Ortiz Wadgymar, Arturo, *op. cit.*, p. 145.

3.1.3. El cambio estructural.

La economía mexicana experimentó una severa crisis durante 1982, cuando el rendimiento del índice de crecimiento del 8 por ciento en 1981 disminuye a -0.6 por ciento, mientras que la inflación anualizada aumentó en un 150 por ciento, debido a la devaluación del peso cercana al 250 por ciento con respecto al dólar y a una deuda externa de casi 77 millones de dólares. Esta crisis es un acontecimiento sobresaliente en la historia de la economía mexicana, ya que reveló las deficiencias estructurales heredadas del modelo de sustitución de importaciones⁵³.

Cuando inicia el gobierno del presidente de Miguel De la Madrid, se iniciaron programas de ajuste llamados de austeridad, que tenían el propósito de fomentar las exportaciones y el pago de la deuda. A partir de la crisis de 1982, propuso e instrumentó una estrategia de severo ajuste económico con cuatro objetivos fundamentales: "1. conservar y fortalecer las instituciones democráticas; 2. vencer la crisis; 3 recuperar la capacidad de crecimiento; y 4. iniciar los cambios cualitativos que requería el país en sus estructuras económica, política y social"⁵⁴. El modelo productivo neoliberal se empieza a aplicar durante esta administración y se consolida con la de Carlos Salinas de Gortari.

La política económica propuesta durante los primeros años de la administración del presidente De la Madrid, en un esfuerzo por resolver los primeros desafíos, fue ortodoxa y gradual. El gobierno trató de controlar la inflación por medio de la disminución del déficit presupuestario y del suministro monetario, y reducir las importaciones a través de una fuerte devaluación y un crecimiento económico más lento.

Ante esto, se manifestó que los problemas económicos eran estructurales y no coyunturales, por lo que era necesaria una estrategia para

⁵³ Zabludovsky, Jaime, "Trade Liberalization and Macroeconomic Adjustment", Dwight S. Brothers and Adele E. Wick. *op. cit.*, p. 179.

⁵⁴ Poder Ejecutivo Federal, Plan Nacional de Desarrollo, 1983-1988, México, 1988. p. 156.

hacerles frente. Con lo que el presidente De la Madrid implementó una estrategia de desarrollo hacia afuera, debido a la necesidad de inserción a las corrientes de intercambio comercial internacional.

De esta manera se instrumentó un plan de estabilización económica para un lapso de tres años que se acordó con el FMI, a raíz de la Carta de Intención de 1982, este se denominó Programa Inmediato de Reordenación Económica (PIRE), dentro de una estrategia de reordenación económica, cuyos objetivos eran alcanzar un ajuste financiero que permitiera reducir la inflación, reducir la inestabilidad cambiaria, reducir el déficit gubernamental, reducir el déficit externo, proteger el empleo, la planta productiva, el consumo básico y buscar una nueva capacidad de crecimiento, todo esto se complementó con la Estrategia del Cambio Estructural contenida en el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988.

La administración de De la Madrid representó la definición claramente establecida por el Estado, del modelo de desarrollo que se pretendía implementar: Este modelo fue la respuesta al agotamiento de la era del desarrollo estabilizador y coincidente con la llegada a la etapa difícil del proceso de sustitución de importaciones, situación que forzó al Estado mexicano a buscar nuevas alternativas para el desarrollo mexicano.

Las administraciones de Luis Echeverría y José López Portillo, representaron una búsqueda de caminos y una etapa de transición preparatoria a la implantación del nuevo modelo de desarrollo adoptado por Miguel de la Madrid, el cual expresa el alineamiento de la política económica nacional a las políticas de corte neoliberal que se impusieron en el plano internacional en la década de los ochenta.

Este periodo presidencial constituye la renuncia explícita del Estado mexicano de ejercer el liderazgo económico en nuestra sociedad, delegándolo en el sector privado. La política económica durante este régimen, representaba poner en manos de la iniciativa privada el liderazgo del desarrollo económico

nacional, lo que fortalecería las tendencias hacia la internacionalización de nuestro modelo de desarrollo.

Esta línea de política económica, es concordante con el neoliberalismo preponderante en los centros dominantes del capitalismo avanzado, con los dichos del FMI y con los postulados del Banco Mundial, organismos que proponen como uno de los puntos fundamentales para la solución de la crisis, la disminución de la intervención estatal en la economía paraestatal, a los empresarios privados, a través de la reprivatización de las economías nacionales⁵⁵.

La reprivatización es una tendencia que en los ochenta se expandió mundialmente en los países avanzados como Inglaterra, Francia, Alemania e Italia, convirtiéndose en la política imperante. En México la tendencia a la reprivatización fue implementada para aumentar la eficiencia y productividad del aparato estatal. De tal forma, el Estado se ha ido deshaciendo de múltiples empresas industriales y de otros tipos. Esta tendencia no sólo transfiere empresas con presupuestos sanos al sector privado, sino que también pone al servicio del empresario nacional y extranjero, empresas que son puntales del desarrollo industrial. La reprivatización de la economía nacional es parte del cambio estructural, que se impuso como alternativa para superar la crisis durante el sexenio de De la Madrid.

El cambio estructural ha sido planteado como elemento medular de las perspectivas económicas y desde ese punto de vista ya existían los factores suficientes para el éxito en el mediano y largo plazo⁵⁶.

Ante la crisis heredada, se intentó romper con el esquema monoexportador y se inició un proceso de diversificación de las exportaciones, de modernización de la planta productiva, así como la liberalización del

⁵⁵ Ortiz Wedgymar, Arturo. *op. cit.*, p. 145.

⁵⁶ De la Madrid Hurtado, Miguel. V Informe de Gobierno. México, 1987.

comercio⁵⁷. Este último elemento básico del cambio estructural, implicaba no sólo que el país abriera sus mercados al comercio internacional, sino también la apertura de otros mercados a sus productos. Con el cambio estructural y la reconversión de la planta productiva se perseguía el desarrollo y la reducción de la vulnerabilidad externa de nuestro país, para transformar la estructura económica a través del comercio exterior con el Programa Nacional de Fomento Industrial de Comercio Exterior (PRONAFICE) 1984-1988, que incluía una estrategia de cambio estructural que vinculara el proceso de industrialización con el comercio exterior y el resto de la economía, tanto a nivel interno como externo a través de las cuatro líneas de acción que se mencionaron, tomando en consideración que para crecer se necesitaba financiar las importaciones con recursos de la propia industria local, para lo cual se requería de un proceso de industrialización eficiente y competitivo, donde las exportaciones manufactureras financien una proporción creciente de las importaciones.

A través del PRONAFICE, el gobierno mexicano intentó fomentar una política industrial integrada hacia adentro y competitiva hacia afuera teniendo como elementos básicos dentro del cambio estructural, el aumento de la oferta de bienes y servicios básicos; el incremento de la integración intersectorial por medio del desarrollo de industrias seleccionadas productoras de bienes de capital; vinculación de la oferta industrial local con la externa, sustituyendo importaciones y promoviendo exportaciones; adopción y desarrollo de la tecnología incrementando la capacitación para impulsar la producción y aprovechamiento de la participación del Estado en áreas prioritarias y estratégicas, reorientando y fortaleciendo a la industria nacional con estos estímulos.

El comercio exterior se transformó en el motor del crecimiento autónomo y equitativo generando empleo y los ingresos y divisas que el país necesitaba.

⁵⁷ Vázquez Tercero, Héctor, "Las exportaciones y el cambio estructural de la economía mexicana". *Comercio Internacional Banamex*, vol. 3, no. 3 septiembre, 1991, p. 64.

Como parte de la nueva estrategia, la inserción de México en la economía mundial, formaba parte central, requiriendo la modificación prácticamente de todas las políticas nacionales⁵⁸, entre las más importantes se encontraba actualizar el sustento legal, destacando el reglamento de 1989, el cual creó un ambiente más propicio para la inversión extranjera, al fijar reglas más claras y simplificar los procedimientos que norman su participación en la economía, como la autorización del ciento por ciento de participación extranjera en ciertas actividades.

Partiendo de la incorporación formal de México al GATT se estableció una estrategia que transformó estructuralmente al aparato de proteccionismo económico, se flexibilizaron los controles a la industria maquiladora e inversión extranjera y se renegociaron los términos de pago de la deuda externa bajo condiciones, presuntamente favorables a la nación. Con la adhesión de México al GATT, se requirió la liberalización del comercio en 1986, el cambio institucional hacia ésta, significaba que la economía mexicana comenzaba un periodo de transición enfocado a una sustancial transformación estructural que es el cambio a largo plazo del modelo de desarrollo económico.

La nueva forma de inserción que se buscó en el sistema mundial implicaba un nuevo patrón de industrialización basado en tecnologías modernas, que aumentaran la producción y la productividad de las empresas nacionales, con el fin de que estas pudieran competir en el mercado internacional. En este sentido el cambio estructural significa entonces un cambio de la estructura productiva mexicana; la modernización tecnológica de las empresas para aumentar la eficiencia productiva de la industria nacional, para convertirse de un país proveedor de materias primas a un país exportador de productos manufacturados.

⁵⁸ Uriá Brambila, Homero. "La ofensiva comercial de la diplomacia mexicana". *Comercio Exterior* Bancomext, julio, 1993, p. 501.

3.2. La apertura comercial 1986-1988.

La apertura económico-comercial de nuestro país ha estado constituida por una serie de acontecimientos que se remontan al año de 1982, cuando se empieza a abandonar el modelo de industrialización basado en la sustitución de importaciones para pasar a otro, enfocado hacia el libre cambio y libre mercado, regido por las recomendaciones económicas de instituciones financieras internacionales. en este caso, por el Fondo Monetario Internacional y sus esquemas neoliberales de recuperación.

Durante el régimen de Miguel de la Madrid, la Estrategia Económica del Cambio Estructural, incluía dos elementos fundamentales: la modernización de la estructura industrial y la liberalización del sector externo de la economía mexicana, siendo esto a lo que obedece el ingreso de México al GATT. Este ingreso representó la acción más relevante dentro de la política de negociaciones comerciales internacionales como parte de la apertura del comercio exterior, que pretendía facilitar la entrada de productos mexicanos a mercados externos, ingresando eficientemente a la estructura productiva y comercial a nivel mundial, eliminando los obstáculos no arancelarios injustificados, aplicando los principios de no discriminación y nación más favorecida.

La participación de México en el GATT, respondió a las necesidades de liberalizar las normas de un sistema socioeconómico altamente proteccionista el cual estuvo vigente en el país durante la época de la sustitución de importaciones. Nuestro gobierno rescindió en el acuerdo con el FMI y abandonó la recesiva política de ajuste, al no solucionar el problema de endeudamiento y la falta de liquidez, que eran problemas estructurales de índole macroeconómico cuyo origen se encontraba en el esquema de crecimiento basado en el financiamiento externo.

Por tanto, se le dio preferencia a la apertura comercial como medio idóneo para solucionar esos problemas, por lo que se entiende la eliminación de restricciones a las importaciones a corto plazo, a la vez que se devalúa la

moneda local para evitar incrementos en las importaciones, equivale a los precios internos y externos al someter directamente a los productos nacionales a la competencia de una oferta más barata y de manera más directa se reducen los precios internos mediante la devaluación⁵⁹.

La apertura comercial se considera como una de las principales fuerzas de co conversión de una estructura productiva sobreprotegida, ineficiente y de baja calidad, en una estructura moderna, eficiente, de alta productividad y en condiciones de competir en calidad y precio en los mercados internacionales.

En México la apertura es un proceso mediante el cual todos los sectores económicos se coordinan para aprovechar sus beneficios y disminuir los costos tanto económicos, como sociales, reconociendo la estrecha relación entre el comercio exterior y el crecimiento económico sostenido y considerando que los problemas financieros, monetarios y de comercio exterior requieren de un tratamiento especial; todo esto en una política de fomento a las exportaciones que conjunta una serie de instrumentos que acompañan a la racionalización gradual de la protección comercial y el ingreso al GATT; el ritmo de la apertura comercial entre 1983 y 1985 fue gradual, ya que antes de la liberalización comercial el régimen mexicano se basaba en aranceles ad valorem complementados con precios oficiales y en un sistema de cuotas y permisos previos como elementos restrictivos de este régimen.

La apertura comercial permitió al consumidor escoger entre una gran variedad de productos, aquel que satisficiera mejor sus necesidades, lo que no significó que la apertura inicial fuera indiscriminada, porque se estableció una estructura arancelaria de acuerdo al grado de elaboración de los bienes, manteniéndose un tipo de cambio realista que apoyara la competitividad de nuestros productos y protegiendo la planta industrial del incremento de las importaciones, las que se mantuvieron a niveles razonables y siendo la

⁵⁹ Ten Kate, Adriaan, Mateo Venturini, Fernando de. "Apertura comercial y estructura de la protección en México. Un análisis de la relación entre ambas". *Comercio Exterior*. Bancomext, vol. 39, junio, 1989, p. 499.

mayoría de bienes intermedios y de capital, esta apertura convino a las empresas, ya que hizo posible la incorporación de insumos y equipo industrial a precios internacionales, estimulando su productividad derivada de una mayor competencia, con lo cual, se determina que las exportaciones son un buen negocio y una eficiente alternativa para superar un mercado interno deprimido⁶⁰.

3.2.1 Ingreso de México al GATT (protocolo de 1986)

Durante el sexenio de José López Portillo se había suscitado el debate en torno a los convenientes e inconvenientes de entrar al GATT. Las presiones para que México iniciara el proceso de adhesión a partir de 1978, lo llevaron a solicitar su adhesión a este Acuerdo, integrándose todo un grupo de negociadores que elaboraron un protocolo de adhesión en 1979, el cual fue rechazado tras un proceso de consulta con diversos sectores sociales del país, a fin de recabar sus opiniones respecto a la incorporación a dicho organismo. Sin embargo Estados Unidos tras conseguir su propósito estableció en su Ley de Acuerdos Comerciales de 1979, la obligación de participar en el GATT, con la amenaza de que quienes rehusaran, se harían acreedores a la aplicación de sanciones compensatorias a productos que se consideraran de acuerdo al Congreso, como subsidios en el exterior.

Los que apoyaban el ingreso decían que con éste se combatía un excesivo proteccionismo para mejorar la calidad de la producción nacional; se aprovechaban los nuevos mercados, ya que en el GATT se encontraban países que en conjunto significaban un 98.4 por ciento de las importaciones mexicanas y el 82.4 por ciento de nuestras exportaciones, provocando que la industria aumentara su competitividad y su eficiencia; se defenderían las exportaciones mexicanas de barreras comerciales en los mercados externos, ya que se negociaban medidas de acceso a nuevos mercados muy ventajosas;

⁶⁰ Hernández Cervantes, Hector. "Lineamientos de la política comercial actual". *Comercio Exterior*, Bancomext, vol 38, num. 6, junio, 1988, pp. 528-531.

y que la soberanía del país no se vería comprometida, ya que se daba una entera libertad para dirigir el desarrollo industrial de México⁶¹.

Los que se oponían, por su parte, argumentaban que el GATT era un organismo que otorgaba privilegios de decisión económica en su interior a países desarrollados y que la relativa autonomía mexicana era prácticamente nula, además de que propiciaba un intercambio inequitativo. En el mismo sentido, se sostenía que se perjudicaría a la pequeña y mediana empresa, las cuales quebrarían, incrementando el desempleo y los conflictos sociales y, además, se permitía que otros países determinaran las políticas económicas a seguir.

En 1980 el gobierno mexicano decidió posponer su entrada al GATT, la cual se replanteó y se logró seis años después, convirtiéndose en el número 92.

Debido a la avalancha de impuestos compensatorios a gran cantidad de productos mexicanos a partir de 1983 y a raíz de la firma de la Carta de Intención con el FMI, México iniciaría el conocido proceso de apertura al exterior, el cual consiste en el desmantelamiento del proteccionismo a la industria nacional, a través de la sustitución de los sistemas de "permisos previos" de importación, por bajos aranceles, de acuerdo a las directrices neoliberales del FMI.

Con estos antecedentes, para los siguientes años resultaba obvio el ingreso de México al GATT, ya que para 1985 el grado de apertura económica logrado por México, permitía a este adherirse al GATT sin hacer grandes ajustes en materia comercial, participando en un gran foro de negociaciones en la búsqueda de un mejor acceso a las exportaciones mexicanas, así como recurrir a una instancia jurídica internacional para la solución de controversias.

Entre 1985 y 1987 se aceleró y profundizó la liberalización comercial, al instaurar un programa de estabilización económica y negociar la integración de

⁶¹ Seara Vázquez, Modesto. Política Exterior de México. Trillas. México. 1989, p. 194.

México al GATT en 1986. Fue así como en 1985 se iniciaron nuevas negociaciones, que permiten identificar el acceso al GATT, como el inicio en forma de la apertura comercial mexicana, debido a que esta medida demarcó el fin de los excesivos niveles de protección comercial a la industria mexicana, otorgándole una credibilidad como un proceso constante y permanente en la política económico-comercial de México.

En agosto de 1986, México se integra al GATT, en base a la suscripción de un protocolo de adhesión, en el cual se plantea que se trata de un país en desarrollo, por lo que al menos teóricamente recibiría un trato de no reciprocidad en las negociaciones internacionales, al igual que se consideraron sectores estratégicos a la agricultura, a los energéticos y se protegieron algunas ramas principalmente dominadas por las transnacionales, como la automotriz y la farmacéutica⁶².

En el Protocolo de Adhesión se plasma esencialmente la parte comercial de la apertura al exterior, que se había convertido en eje de la política económica del gobierno de De la Madrid, en donde se favorecía la modernización de la industria nacional, para actualizar mediante la competencia exterior, a fin de generar el cambio estructural, que teóricamente nos convertía en país moderno y competitivo en el exterior, es decir lo que se denomina de acuerdo con la retórica oficial, como la reconversión industrial⁶³.

El ingreso de México al GATT fue ratificado por el Senado de la República el 6 de noviembre de 1986; México se comprometió, de acuerdo con el protocolo de Adhesión al GATT a:

1. Consolidar un arancel máximo del 50 por ciento en toda la Tarifa del Impuesto General de Importaciones(TIGI), a excepción de 373

⁶² Ortiz, Wadgyamar, Arturo, *op. cit.*, p. 156.

⁶³ Este proceso de reconversión industrial es la iniciativa del Estado mexicano, como respuesta a la necesidad de un proceso de modernización tecnológica de la planta productiva para poder competir en el mercado internacional y poner a México en condiciones de aprovechar su participación dentro del GATT.

productos cuyos promedios arancelarios variaban entre 0 y 50 por ciento;

2. Eliminar totalmente los precios oficiales, utilizados como base de cálculo e impuestos a importaciones;
3. Desechar constantemente los permisos de importación para lograr desaparecerlos; y
4. Firmar los Códigos de Conducta referentes a: códigos de valoración en aduana, sobre subvenciones y derechos compensatorios y antidumping, así como tres que reglamentan y amplían aspectos técnicos (códigos de normalización, sobre procedimientos para el trámite de licencias de importación y compras del sector público).

Todo esto bajo la vigilancia de una representación permanente de México en Ginebra, encabezada por un embajador que sigue los lineamientos que el gobierno federal dicta a través de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. De esta forma se inició la apertura comercial, recomendada por el FMI durante la administración de Miguel de la Madrid Hurtado, para ajustarse a las políticas neoliberales de este organismo.

3.2.2 Efectos en el turismo.

El ingreso de México al GATT significaba una competencia internacional muy intensa, a la cual se temía por el desplazamiento de productos fabricados en el país, por lo que muchos industriales se encaminaron hacia otras actividades. La competitividad mexicana en la actividad turística y la abundancia de sus recursos naturales, aparentemente fue una influencia para que se reorientaran las actividades hacia el turismo, recursos de aquellos sectores, al ser además, una generadora de divisas y por definición exportadora. Esta reorientación provocó un mercado de rápido crecimiento de la oferta, cuyos resultados no fueron todos positivos porque provocaron paralelamente, un aumento incontrolado de la oferta en destinos muy populares, que conllevó a una

sobreoferta y con ello a una debilitación de la eficiencia comercial negociadora de la hotelería.

Muchas empresas importantes diversificaron sus estrategias de desarrollo para incluir el turismo (principalmente en hotelería y algunas otras formas de alojamiento condominial, como el tiempo compartido) e incluso algunas de las empresas turísticas gubernamentales, fueron vendidas a esos nuevos grupos.

Este es el caso de Tural S. A., integrado por un grupo de empresarios del sector comercial y financiero del país, que adquirieron Nacional Hotelera; de Dictum que adquirió Aeroméxico; de Sidek (dedicado a consolidar la posición de su principal subsidiaria, Grupo Situr⁶⁴, como la compañía líder en México en el desarrollo de bienes y servicios turísticos); del Grupo San Luis (propietario de minas entre otras industrias y dueños de hoteles operados por Hyatt, que posteriormente se pusieron también en venta); del Grupo Brenner-Cosío (Grupo industrial y comercial el primero y financiero e industrial el segundo), que adquirieron de Banamex los hoteles Camino Real y hoteles Calinda así como una participación accionaria de Mexicana de Aviación; del Grupo DSC (con intereses en el sector de la construcción) y que conjuntamente con un grupo español han adquirido propiedades hoteleras en diversos lugares; y del Grupo Slim (vinculado con el sector comercial y de servicios), que adquirió hoteles Calinda del grupo Cosío y Cementos Mexicanos (CEMEX), y que ha desarrollado hoteles en diferentes centros turísticos bajo la operación Marriott.

⁶⁴ Grupo Situr se compone de tres compañías propietarias de sus activos y una prestadora de servicios que operan, cada una, como un centro generador de utilidades y son coordinados por un pequeño equipo de especialistas. Estas compañías son: SITINVEST, dedicada a la creación de hoteles; SIDESTUR, consolida desarrollos turísticos; y SITURBE dedicada a la construcción de desarrollos urbanos. Grupo Situr se centra a atraer mercados de alto nivel: yatistas, golfistas, buzos, etc. con patrones de alto consumo y gran tendencia a repetir sus visitas a nuestro país, logrando así prospectos para ventas de bienes raíces. Grupo Situr. Líderes en desarrollo, México, 1994, pp.2-5.

Desde 1989, SECTUR participó en el Grupo Intersecretarial de Servicios (GIS), que tiene como propósito la negociación del Acuerdo sobre Servicios en el marco del GATT.

3.3. La continuación de la apertura comercial y la modernización

A partir de 1985, México emprendió un proceso de desregulación y apertura comercial; que se inició con la liberalización de las importaciones; se afirmó con su ingreso al GATT en 1986 y ha seguido con la firma de numerosos acuerdos comerciales con distintos países y con la nueva reglamentación sobre inversión extranjera en 1989. Los objetivos expresos de esta estrategia se relacionan con el impulso de la modernización del país, la promoción del cambio estructural del sector productivo, mediante una reasignación de recursos que permitan elevar la producción y los rendimientos. Es decir se trata de crear un clima de eficiencia productiva que genere o fortalezca ventajas comparativas y propicie el acceso a tecnologías de punta y formas de organización modernas que aseguren la adaptación exitosa a la globalización de los procesos productivos, el progreso técnico y la dinámica del comercio de las redes posmodernas del mercado, así como la reestructuración del sector paraestatal y la redefinición del papel del Estado en la economía. Todo ello como un intenso programa de reforma, que lo colocan en una posición capaz para enfrentar los cambios que el sistema internacional ha sufrido. Dados estos cambios, México ha virado hacia la apertura económica y comercial, ante la tendencia de la formación mundial de bloques económicos comerciales a nivel regional, que hacían cada vez más difícil la competencia con una planta productiva, deficiente y obsoleta.

Una vez iniciada la apertura comercial en nuestro país se procedió a consolidar durante el periodo de Carlos Salinas de Gortari, instrumentando para ello, una serie de medidas encaminadas a modernizar el aparato productivo doméstico, con el fin de enfrentar la competencia externa derivada de esa apertura.

La administración Salinas tomó posición oficialmente el 1 de diciembre de 1988, la cual planteaba dentro del Plan Nacional de Desarrollo alcanzar los objetivos nacionales por medio de la modernización de la nación, a fin de que México adaptara su estructura económica a las nuevas modalidades de integración y competencia internacional.

La estrategia de la modernización en México, surge de la necesidad de adaptarse y aprovechar la gran transformación mundial, para tener la capacidad de contribuir a la consolidación del proyecto de nación del país, y persigue el crecimiento económico con estabilidad de precios, a partir del renovado impulso a la inversión privada, la expansión de las exportaciones no petroleras, la inversión pública en infraestructura y el fortalecimiento del mercado interno.⁶⁹

El pacto para la Estabilización y el Crecimiento Económico (PECE), se instrumentó como un paquete de ajuste económico, el cual era similar al PSE, instrumentado por el gobierno de De la Madrid. Aunque el PECE tuvo éxitos relativos y la exitosa reestructuración de la deuda externa de manera multianual, libera al país de exigencias que impedían el crecimiento estable, las necesidades de generación de ahorro tanto interno como externo, hacían aún más relevante el fortalecimiento del sector externo como fuente de generación de recursos.

Durante los primeros años de la década de los noventa, la actividad internacional de México se centró en gran parte a la resolución de problemas de carácter económico, como la renegociación de la deuda externa, la promoción de nuevas y más eficientes formas de inserción de México en la economía internacional, la promoción de la inversión extranjera, la mayor participación de México en los foros económicos, la negociación de un tratado de libre comercio con América del Norte, así como la búsqueda de contrapesos a la presencia de Estados Unidos por medio de la negociación de acuerdos económicos con algunos países de América Latina, La Unión Europea y la Cuenca del Pacífico.⁷⁰

3.3.1. La Estrategia de Modernización Económica

La Estrategia de Modernización Económica permite reestructurar la economía interna en general para enfrentar las serias transformaciones económicas financieras y comerciales a nivel internacional, así pues requiere de la creación de un sector público eficiente, para atender sus obligaciones legales y sociales, descansando en un aparato productivo con un marco económico que aliente la competitividad en el exterior. De esta forma la modernización conduciría a superar la crisis económica, fortalecería el Estado y ubicaría su participación en las actividades económicas como un regulador de éstas, lo que implicó recurrir a la innovación de los procesos productivos para crear empleos, aumentar el bienestar social a través de la privatización de empresas estatales, de la desregulación económica y la apertura comercial hacia el exterior.

La política de Modernización Económica fue el principal eje del Plan Nacional que recomendaba tres líneas estratégicas para la recuperación de la economía en general:

1. La Estabilidad Económica constante;
2. La mayor disponibilidad de recursos para la inversión productiva; y
3. La Modernización Económica.

Además de ocho metas para alcanzar esos propósitos:

- a) Estabilidad de precios.
- b) Protección a los niveles sectoriales y de empleo
- c) La recuperación económica.
- d) El saneamiento de las finanzas públicas.
- e) La reducción de la transferencia de recursos al exterior.
- f) La ejecución de programas sociales y de combate a la pobreza extrema.
- g) La promoción de la eficiencia productiva y de los procesos de desregulación y apertura comercial.
- h) El fomento al ahorro y a la eficiencia en la intermediación financiera.

3.3.2. La diversificación de mercados

Las transformaciones del sistema internacional caracterizadas principalmente por su multilateralidad, cuyos centros de poder económico y político están representados principalmente por América del Norte, La Unión Europea y Japón, llevaron a México a adoptar una estrategia de diversificación correspondiente a la geopolítica del país.

A lo largo de la administración salinista, apoyados en la excelente presencia diplomática mexicana, se planeó una estrategia de exportación que diversificara las relaciones comerciales, para dejar de depender del mercado estadounidense que ponía a nuestro país en desventaja y lo hacía vulnerable al comportamiento económico de aquel país.

El ejercicio de la política comercial mexicana se definió en cinco áreas básicas de negociación: el GATT, Estados Unidos y Canadá, América Latina, Europa y La Cuenca del Pacífico. Para cada una existen estrategias que prevén la reciprocidad a la apertura mexicana, el fortalecimiento de similitudes y complementariedades y la observación de los propósitos del sistema multilateral del comercio internacional.

a) GATT

La Ronda Uruguay marcó la participación del pleno derecho de México en ese organismo, donde nuestro país tenía bien delimitados sus puntos de interés. La estrategia mexicana consiste en impulsar un comercio internacional basado en reglas institucionales que aseguren el multilateralismo y la apertura de los mercados e instaurar un comercio justo y equilibrado entre los países al margen del tamaño de sus economías.

b) América Latina

Es prioritario para México no sólo por razones de identidad, en el área se han hecho esfuerzos para encontrar caminos que permitan una integración más compatible con las exigencias del nuevo entorno mundial y las políticas de

apertura. Con los vínculos económicos y comerciales los intercambios representan menos del cuatro por ciento del comercio exterior de México.

México ha concertado acuerdos de libre comercio con varios países latinoamericanos entre los que destacan por su importancia: el Acuerdo de Complementación Económica México-Chile de 1991, el Acuerdo Marco México-Centroamérica de 1993, el Acuerdo Comercial México-Costa Rica de 1994, el Acuerdo Comercial México-Colombia-Venezuela de 1994 y las negociaciones tradicionales en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

c) La Unión Europea⁶⁵

Se ha convertido en la segunda potencia económica del mundo⁶⁶, representa el segundo socio comercial y el segundo inversionista de nuestro país, sus doce miembros constituyen un mercado único que suprime obstáculos físicos, técnicos y fiscales entre ellos, circulando sin restricción individuos, bienes, servicios y capitales. El marco que regula nuestras relaciones comerciales con esa zona es el Acuerdo Marco de Cooperación Económica entre México y la Unión Europea de 1991, que proporciona alternativas en industria, propiedad intelectual, transferencia de tecnología, servicios financieros, turismo, transporte y telecomunicaciones.

El acercamiento con Europa dio como resultado la participación de México en el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD), del cual es miembro fundador, y su inclusión el 18 de mayo de 1994 en la organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) que agrupa a los 24

⁶⁵ Anteriormente Comunidad Económica Europea, que dejó de llevar este nombre debido a la ratificación y puesta en marcha del Tratado de Maastrich en noviembre de 1991 y firmado el 7 de febrero de 1992. Rizo, Carlos A., "Las etapas de la integración europea de Roma a Maastrich", *Comercio Internacional*, BANAMEX, vol.

⁶⁶ Solana, Fernando. "La Estrategia Económica Mexicana y la Comunidad Europea". *Comercio Internacional*, Banamex, vol. 3, no. 2, junio, 1991, p. 185.

países más industrializados del mundo ⁶⁷, con la entrega del instrumento de Adhesión al gobierno de Francia, depositario de la Convención de la OCDE. México se convirtió en el miembro número 25 de la organización ⁶⁸.

México fue el primer país en ingresar a la OCDE desde que lo hiciera Nueva Zelandia en la década de los setenta; es el primer país en desarrollo aceptado por este organismo.

Las reformas económicas que México ha realizado en los últimos años coinciden con las políticas y principios fundamentales de la OCDE. Esta compatibilidad permitió a ambas partes compartir experiencias y generar un interés mutuo por el ingreso de la economía mexicana al organismo.

En su declaración de ingreso México aceptó todas las decisiones y recomendaciones. Al igual que las otras naciones miembro, el gobierno mexicano se comprometió a mantener el grado de liberalización económico alcanzado y a continuar ese proceso en la medida en que las condiciones económicas, políticas y jurídicas del país lo permitan. Esta liberación debe aplicarse indiscriminadamente, es decir, las ventajas que se otorguen a un país miembro deberán recibir un trato no menos favorable al que corresponde a los inversionistas nacionales.

México tiene posibilidad de mejorar y ampliar sus relaciones bilaterales con todos los países miembros fortaleciendo aún más la política de diversificación de sus relaciones económicas con el exterior.

d) La Cuenca del Pacífico

Esta zona no es precisamente comercial ya que no ha instrumentado ningún tratado de libre comercio para la reducción arancelaria, sin embargo se perfila como la región más dinámica comercialmente hablando. Para México es el

⁶⁷ Almanza C., Jorge R., "El Nuevo Acuerdo Marco de Cooperación México-Comunidad Europea". *Comercio Internacional*, Banamex, vol. 3, no. 2, junio, 1991, p. 185.

⁶⁸ Flores, Víctor Daniel. "El ingreso de México a la OCDE". *Comercio Exterior*, BANCOMEXT, México, vol. 44, no. 6, junio, 1994, pp. 517-523.

tercer mercado más importante para productos mexicanos, con un comercio anual que sobrepasa los 3 mil millones de dólares; además de ser una fuente importante de inversión extranjera donde ocupa el cuarto lugar para nuestra nación.

México no posee una gran presencia en este conglomerado de países, pero si participa en muchos de sus organismos a través de los cuales debe promover la demanda de nuestros productos con un conocimiento amplio de los mercados de la región.

La Cuenca del Pacífico es una de las principales opciones para México, debido a su posición geopolítica, abarca 47 países ribereños y 23 insulares, que concentran más de la mitad de la población mundial.

México inició su actividad en la Cuenca del Pacífico en la época colonial, cuando la Nao de China hacia viajes regulares entre China y México, pero sólo se establecieron relaciones diplomáticas con esa parte del mundo, mediante los tratados de amistad que el presidente Porfirio Díaz firmó con Japón.

En el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari, se impulsó la actividad económica de México con la Cuenca del Pacífico, como medio para diversificar y ampliar nuestros mercados y propiciar el acceso a tecnologías más avanzadas.

El Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 destacaba como propósito específico "propiciar un acercamiento mayor con los nuevos polos de crecimiento mundial en especial con la Cuenca del Pacífico y aprovechar las oportunidades crecientes que ofrecen sus sociedades, las que adquieren una relevancia cada vez mayor a medida que el centro de gravedad potencial económico del mundo se mueve hacia esa región. Una mayor penetración de México en la Cuenca es congruente con una política de diversificación y de ampliación de mercados para las exportaciones y las importaciones de nuestro país y propiciara el acceso a tecnologías más útiles para el desarrollo"⁶⁶. De

⁶⁶ Poder Ejecutivo Federal, "Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994". *Comercio Exterior*, vol. 39, septiembre de 1989, p. 24.

manera consecuente con ese planteamiento y con la estrategia de diversificación de las relaciones internacionales, la administración salinista se empeñó en reforzar los vínculos diplomáticos y económicos en los foros y países de esa región; se establecieron representaciones diplomáticas y consulares, así como consejerías comerciales en algunas de esas naciones y se produjo un mayor acercamiento a los mecanismos de cooperación más importantes de la zona.

El mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) lo conforman cinco naciones de desarrollo avanzado que también forman parte de la OCDE: Australia, Canadá, Estados Unidos, Japón y Nueva Zelanda; las economías de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN); Filipinas, Indonesia, Malasia, Singapur y Tailandia; los llamados tigres asiáticos: Corea del Sur, Taiwan y Hong Kong; tres países de América Latina: Chile, México y Perú, así como China y Guinea.

La adhesión formal de México a este organismo en 1993 es un acontecimiento de la estrategia internacional mexicana. Este foro de consulta fue creado en 1989 con el fin de incrementar los lazos comerciales de los países de ambos lados del Pacífico⁷⁰. Esta adhesión representa la complementación de la economía mexicana en su integración a los mecanismos de cooperación económica y técnica.

e) América del Norte

La estrategia de México frente a Estados Unidos y Canadá ha experimentado avances notables. A partir de 1994 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio para América del Norte (TLCAN) suscrito por estos tres países. Este mecanismo trilateral garantiza a México un acceso más abierto y seguro a los mercados del norte, estimula el aumento de capitales externos y fortalece su

⁷⁰ Guillén, Arturo. "Las relaciones México con las Cuenca del Pacífico en el marco del TLC". *Comercio Exterior*, julio, 1995, p. 511.

posición internacional para ingresar a otros espacios dinámicos de comercio e inversión. Al entrar en vigor este tratado la región se convirtió en un mercado de 360 millones de personas y un PIB de 6.2 millones de dólares. Con esto se asegura el acceso de exportaciones mexicanas a los mercados locales de sus contrapartes y generar más empleos para los mexicanos en nuestro territorio. Con el TLCAN se espera que las transacciones con Estados Unidos deben aumentar y con Canadá se deben crear en muchos aspectos debido a la eliminación de barreras al comercio y a la competencia justa, y debe incrementarse la inversión y protegerse los derechos de propiedad intelectual.

3.4. El turismo dentro del programa de modernización

En la década de los ochenta, el contexto de la crisis económica determinaría, una vez más la promoción del turismo en la concepción gubernamental. El Programa Inmediato de Reordenación Económica, cuyo propósito era solucionar los aspectos más urgentes de la crisis de forma inmediata, expresaba la vieja y conocida argumentación: "Para algunos países representa la principal fuente de divisas y para otros, como el nuestro adquiere relevancia en el desarrollo económico y social, por su capacidad para captar divisas, generar empleos productivos, contribuir al desarrollo regional equilibrado, fortalecer la identidad cultural y estimular otros sectores de la actividad económica"⁷¹.

Para la segunda mitad de los ochenta las condiciones se establecería en función de la filosofía económica a nivel internacional: el neoliberalismo, que modificaría las pautas de comportamiento estatal en los sectores económicos incluido el turismo.

Tanto a nivel internacional como nacional, las condiciones eran diferentes, por un lado se encontraba el dramático final del sexenio de López

⁷¹ SECTUR, Informe de labores 1982-1983. Secretaría de Turismo, México, 1983, p. 10.

Portillo, y las repercusiones económicas de la recesión internacional, con la crisis paralela en la que se sumió la economía mexicana, que definiría todas las pautas de las políticas sectoriales de los años posteriores, y por el otro se encontraba el cambio en las condiciones del funcionamiento y promoción de la actividad turística internacional.

Algunos de los procesos más importantes en el sector turístico mexicano se dan a partir de la incorporación de activos del gobierno federal, así como otros relativos al papel del Estado en la economía.

3.4.1. Desincorporación de empresas paraestatales

El nuevo contexto económico regido bajo el neoliberalismo, significa una activa política de desincorporación de activos del gobierno federal. Durante la administración de Carlos Salinas de Gortari, se instrumentaron políticas de racionalización en el ejercicio del gasto público, modernización administrativa del sector administrativo y fortalecimiento de las entidades federativas, con el fin de alcanzar el desarrollo integral de la nación, de acuerdo a la estrategia y líneas de acción mostradas en el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994.

En este sentido y acorde con el Programa Nacional de Modernización de la Empresa Pública instrumentado en 1990 por la Secretaría de la Contratoría General de la Federación, se intentaba fortalecer la autonomía de gestión del sector paraestatal estratégico y prioritario, para lograr un sector paraestatal depurado, menos numeroso pero más sólido y coordinado que permita promover un cumplimiento más eficaz y eficiente de los objetivos de las entidades.

El proceso de venta que permitiría allegarse de recursos para apoyar a centros turísticos comenzó a mediados de la década de los ochenta, aunque ya en 1983 se habían establecido programas de inversión con el fin de desarrollar las actividades turísticas. El objetivo básico del Programa de Inversiones en Oferta Turística era el de promover el desarrollo de los centros a cargo de FONATUR y de otros de interés prioritario, a través de inversiones en

equipamiento y servicios turísticos, para motivar al sector privado y social a continuar con la creación e instalación de oferta complementaria buscando así la consolidación de éstos⁷².

El número de empresas paraestatales a cargo de SECTUR, de acuerdo al Registro de la Administración Pública Paraestatal, publicado en el Diario Oficial del 15 de noviembre de 1982, se conformaba de 29 organismos y empresas. En 1984 se promovía la venta de activos del gobierno en Cancún e Ixtapa; para finales de 1985 se habían vendido la Operadora Nacional Hotelera y subsidiarias, incluidos 14 hoteles El Presidente, la participación del 38.8 por ciento del fideicomiso propietario del hotel Aristos Cancún y el 74.5 por ciento de los derechos del hotel Aristos en Ixtapa; el 100 por ciento de los derechos del fideicomiso Villas El Presidente-Garza Blanca; 21 de las 53 unidades de los condominios Kin-Ha y el restaurante Focolare.

De 1986 a 1990, se vendieron los hoteles Aquamarina y Riviera del Sol ambos en Ixtapa; el Parador de Casas Rodantes el Tripuí en Loreto, Baja California Sur y los tres hoteles operados por Casteles en Ixtapa, Puerto Escondido y San José del Cabo, así como el hotel Faldas de la Alcazaba, actualmente Howard Johnson; el hotel Playa de la Audiencia, en Manzanillo, los fideicomisos Veramar y Tangolunda en Huatulco, hoy Sheraton y Royal Maeva, y el hotel Binniguenda. Posteriormente se venderían los hoteles Playa Linda en Ixtapa; el Zaziltta en Isla Mujeres; El Mirador en Acapulco y Escuela La Paz; también se había vendido a una empresa japonesa el 51 por ciento de la participación accionaria del Hotel Nikko y los campos de golf de Ixtapa y Cancún. Se vendieron los 22 hoteles del centro comercial el Parián en Cancún y el hotel Nuevo Sol en Baja California Sur, así como la participación accionaria minoritaria en el fideicomiso Expreso Cañón del Cobre.

Para 1990, FONATUR aún era propietario de seis hoteles en Baja California Norte-Sur; mantenía una participación accionaria minoritaria en el

⁷² *Ibidem*. p.171.

Hotel Calinda Aquamarina; la cadena de hoteles La Pinta y el Hotel Villa del Mar en Loreto Baja California Sur; todas desincorporadas años después, así como los hoteles operados por Club Mediterrané, como Villas Arqueológicas en Chichén Itzá, Cobá, Uxmal, Cholula y Teotihuacan, más otras dos en las playas de Cancún e Ixtapa. Se encontraba también en extinción el fideicomiso Ex-Convento de Santa Catarina, en liquidación el Complejo Turístico Río Colorado; la Operadora de Servicios Turísticos y Portuarios Cabo San Lucas y la Arrendadora de Instalaciones Turísticas (AITSA).

De esta manera, el redimensionamiento del sector paraestatal turístico a lo largo de la administración salinista abarcó 14 de las 16 entidades que se encontraban vigentes a diciembre de 1988. De esas 14 ya concluyeron su desincorporación 11 y las tres restantes (Nacional Hotelera de Baja California, Recromex y Terrenos Recreo, todas S. A. de C. V.) hasta 1994, se encontraban en proceso de desincorporación⁷³.

Otras ventas importantes en este decenio fueron la enajenación de la mayor parte de las acciones de Mexicana de Aviación y Aeroméxico, las dos líneas aéreas más importantes del país.

a) Descentralización

A partir del proceso de descentralización de la actividad turística iniciada en 1993, los estados de la República asumieron diferentes compromisos para fortalecer su estructura administrativa y estar en posibilidades de ejercer sus funciones delegadas por la federación en materia turística.

Bajo este marco, el gobierno federal llevó a cabo acciones de transferencia de instituciones y de propiedades a los gobiernos estatales como la parte social del centro "El Gorrón", correspondiente al gobierno federal, que se transfirió en 1982-1983 al gobierno de San Luis Potosí; en 1983 se entregó a la Secretaría de Educación Pública la Compañía Operadora del Centro

⁷³ SECTUR, Informe de Labores 1993-1994, Secretaría de Turismo, México, 1994, p. 22.

Cultural y Turístico de Tijuana y se transfirió al gobierno estatal el CICI (Centro Internacional de Convivencia Infantil), que había funcionado como parte del fideicomiso del Centro de Espectáculos, Congresos y Convenciones de Acapulco.

En 1984 se promovió la firma del Convenio con el gobierno del estado de Morelos, para transferir la administración del Jardín Borda en Cuernavaca. FONATUR entregó al gobierno de Quintana Roo y al Municipio Benito Juárez en 1986, 880 hectáreas de reservas territoriales, así como obras de cabeza y de infraestructura. En 1985 se entregaron a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, los dos Aliscafos que habían operado en el caribe mexicano. En 1988 se transfirió también al gobierno del estado de Baja California Sur, el fideicomiso Ciudad El Recreo La Paz (FIDEPAZ); en 1985-1986 sucede lo mismo con el de Puerto Escondido, que había sido administrado hasta ese año por FONATUR y que se transfirió al gobierno de Oaxaca. En el mismo caso se encuentra FIBAZI en Zihuatanejo, que se desincorporó de FONATUR en 1984.

Durante el sexenio salinista se publicaron en el Diario Oficial de la Federación, los convenios tendientes a ejecutar el programa de descentralización en materia turística a cargo de SECTUR. A este respecto se formalizaron los 31 convenios con las entidades federativas.

En enero de 1990, se publicó el Reglamento de la Ley de Entidades Paraestatales que buscaba fortalecer a los órganos del gobierno y mejorar la autonomía de la gestión de las entidades paraestatales, aunque éstas se hayan reducido significativamente. Así mismo, se publicó el nuevo Reglamento de la Ley Federal de Turismo, el Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, la Suscripción Territorial y Funciones de las Representaciones de Turismo en el Extranjero, así como los acuerdos con los cuales se crearon las Comisiones Consultivas de Establecimientos de Hospedaje, Campamentos, Paraderos de

Casas Rodantes y Alimentos; Agencias de Viajes, Guías de turistas y Prestadores de Servicios relacionados con el turismo⁷⁴.

b) El marco jurídico

La Ley Federal de Turismo de 1980, había sufrido cambios importantes en 1982 al buscar involucrar a la Secretaría de Comercio en la aplicación de dicha ley; no obstante se consideraba confusa en lo referente a la competencia entre diferentes dependencias gubernamentales, con lo cual se proyectó un nuevo reordenamiento.

La Nueva Ley Federal de Turismo entró en vigor el 7 de febrero de 1984, atribuyendo a la Secretaría de Turismo la adecuación de programas, así como la promoción, el fomento y la regulación del desarrollo turístico. En 1992 dicha ley fue modificada para simplificarla, adaptando principalmente la nueva clasificación hotelera.

Conforme a lo señalado en la Ley Federal de Turismo, en la Ley Federal de Metrología y Normalización y en los lineamientos señalados por la Comisión Nacional de Normalización, así como por los compromisos adquiridos en ella, en este ámbito, se procedió a la elaboración de los siguientes proyectos y anteproyectos de Normas Oficiales Mexicanas:

- formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de los establecimientos de hospedaje, alimentos y bebidas, agencias de viajes y empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos.
- requisitos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo, campamento y paraderos de casas rodantes para garantizar la prestación del servicio.

Durante 1994 se enviaron las carpetas con las diferentes Normas Oficiales Mexicanas a las asociaciones privadas que participan en los

⁷⁴ *Ibidem*, p. 23.

diferentes subcomités de normalización turística como son: la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados, la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes, la Asociación Nacional de Cadenas Hoteleras, el Consejo Empresarial Turístico, la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles y a los operadores de buceo más importantes del país.

c) Calidad Total

La filosofía de calidad total, es uno de los ejes centrales en los cuales el gobierno a través de SECTUR, sustenta su política de modernización del sector.

La política turística se basa en el concepto de calidad total, entendida no sólo como calidad en el transporte, sino también la calidad del entorno de todo el destino turístico, incluyendo la calidad de vida, servicios públicos, medio urbano y natural, preservación del patrimonio cultural, así como los elementos de seguridad al visitante. La calidad total es un recurso para elevar el nivel de los servicios al visitante nacional y extranjero en México.

Como una medida para estar preparados ante cualquier cambio, en 1995 la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes en compañía con SECTUR, realizaron un programa de capacitación para agentes de viajes, promotores y todas aquellas personas involucradas con el turismo, con el fin de actualizarse en las nuevas tecnologías, procedimientos, características y funcionamiento de las agencias de viajes.

Con el TLC hay que estar preparados para competir con éxito ante compañías extranjeras, sobre todo estadounidenses, que son superiores a las mexicanas en calidad y servicio dentro del sector turismo.

3.5. El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)

El actual contexto económico internacional se caracteriza por un activo proceso de transformación: se integran nuevos participantes, se conforman bloques comerciales, se globalizan los procesos productivos, se acentúan las políticas proteccionistas internacionales, pierden eficacia las normas del comercio internacional y se incrementa la competencia en los mercados de exportación y de capital.

En el mundo contemporáneo, sin fronteras, abundantemente comunicado, con economías interdependientes, hay una tendencia a homogenizar sistemas económicos, culturales y jurídicos.

Las tres economías de Norteamérica, región a la que México pertenece geográficamente, sólo podrán competir con los bloques europeo y asiático si aprovechan las ventajas que les representa un acercamiento económico mucho mayor.

Estados Unidos y Canadá han vivido casi toda su vida económica moderna dentro de un esquema de libre mercado. El Tratado de Libre Comercio es una oportunidad para los 360 millones de mexicanos, estadounidenses y canadienses, de compartir un mercado de 6 billones de dólares, al integrarse en un bloque comercial.

Las relaciones comerciales entre México y Estados Unidos entraron a partir de 1985, en una de sus fases más interesantes y dinámicas, como consecuencia directa de la decisión de nuestro gobierno por emprender una amplia revisión de su política comercial que incluía la entrada de México al GATT y la decisión de ir desmantelando las barreras proteccionistas a la entrada de productos extranjeros.

En 1987 los gobiernos de México y Estados Unidos firmaron un Acuerdo Marco sobre comercio que estableció los principios generales para la creación de un ambiente más propicio en la relación comercial y un mecanismo para la solución de disputas.

El Acuerdo cambió la perspectiva de la relación económica entre ambos países, por ejemplo: México aceptó abordar el tema de la inversión extranjera, Estados Unidos por su parte se comprometió a tratar los temas de la relación comercial de manera coordinada.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte con la inclusión de Canadá, crea el mayor mercado libre del mundo, garantiza a México un acceso seguro y estable al mercado de Estados Unidos y complementa el proceso unilateral de apertura comercial que venía realizando nuestro país en los últimos años.

Las relaciones de México con Canadá no habían sido relevantes, sino hasta que se hizo el anuncio de la negociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte comenzaron a adquirir una dimensión diferente. México despertó la atención de los canadienses gracias a las reformas de nuestra estrategia comercial, la entrada de México al GATT, las reformas a nuestra economía, la reducción espectacular de la inflación, el crecimiento de los últimos años, la repatriación de capitales y el crecimiento de importaciones y exportaciones.

México y Canadá tienen economías complementarias en muchos aspectos: sus exportaciones agrícolas son distintas, México ofrece a Canadá atractivos turísticos y una posición internacional avanzada que puede complementarse con su mayor potencial económico. Se presentó la oportunidad de impulsar las relaciones económicas, aumentar el comercio y el turismo; buscar áreas de convergencia en las respectivas políticas de energéticos y lograr así mismo complementar las ventas en el sector agropecuario.

En abril de 1985, se firmó el Entendimiento Bilateral en Materia de Subsidios y Derechos Compensatorios, mediante el cual Estados Unidos se comprometía a probar el daño que pudiesen ocasionar las exportaciones mexicanas, antes de aplicar un impuesto compensatorio.

En 1987, los dos gobiernos firmaron el Entendimiento Bilateral sobre Consultas en Materia de Comercio e Inversión (Acuerdo Marco), que establecía una serie de principios y procedimientos de consulta para abordar los problemas que surgieran en el ámbito del comercio y de la inversión.

El 7 de agosto de 1989, durante la Séptima Reunión Binacional México-Estados Unidos, celebrada en Tlatelolco, México, ambas delegaciones:

- Llegan a un entendimiento para acelerar a corto plazo las negociaciones sobre medidas arancelarias y no arancelarias en el marco de la Ronda Uruguay del GATT.
- Deciden iniciar pláticas exhaustivas durante la Reunión Cumbre de los presidentes Carlos Salinas de Gortari y George Bush, a celebrarse en Washington durante octubre del mismo año, sobre facilidades de comercio e inversión y el acceso a mercados en áreas o sectores específicos.
- Posteriormente el 3 de octubre de 1989 durante la visita del presidente Carlos Salinas de Gortari a Washington, se compromete a la realización del Entendimiento para Facilitar el Comercio y la Inversión (Nuevo Acuerdo Marco). Este entendimiento dio la pauta para iniciar conversaciones globales encaminadas a impulsar las exportaciones y promover la inversión.

El continuo crecimiento de las exportaciones mexicanas no petroleras hacia Estados Unidos, pudo generar presiones para imponer medidas proteccionistas, por esta razón México desde 1985, puso énfasis en las pláticas bilaterales con Estados Unidos, mismas que condujeron a la elaboración de cuatro acuerdos comerciales por separado⁷⁵. El paso más lógico a seguir, era

⁷⁵ Un acuerdo relativo a las exportaciones mexicanas de acero a Estados Unidos, establecimiento de un ambiente constructivo sobre la protección de los derechos de la propiedad intelectual, un Acuerdo Bilateral Textil y el Nuevo Acuerdo Marco.

el de ampliar este proceso para llegar a la negociación de un tratado de libre comercio.⁷⁶

3.5.1. Temas de Negociación

Con el propósito de avanzar en las negociaciones, estas se dividen en áreas de: negociación: acceso a mercados, reglas de comercio, inversión, propiedad intelectual, servicios y solución de controversias.

Estas áreas estuvieron cubiertas por 18 grupos de trabajo, los cuales trataron los asuntos relacionados directamente con el propósito fundamental de incrementar la competitividad de la región⁷⁷.

I. Acceso a Mercados.

1. Aranceles y barreras no arancelarias.
2. Reglas de origen.
3. Compras del sector público o gubernamental.
4. Agricultura.
5. Sector automotriz.
6. Otras industrias.
 - 6.1. Textil.
 - 6.2. Energéticos y petroquímicos.

II Reglas de comercio.

7. Salvaguardas.
8. Antidumping, subsidios e impuestos compensatorios.
9. Normas.

III Servicios.

10. Principios generales para el comercio de servicios.
- 11 y 12. Los servicios financieros.
13. Transporte terrestre.

⁷⁶ Weber. Graham. "Nueve Etapa en las Relaciones Comerciales entre México y Canadá". *Comercio Internacional*. Banamex, vol. 2, no. 2, junio, 1990, p. 36.

⁷⁷ *Ibidem*, p. 37.

14. Telecomunicaciones.

15. Otros servicios.

IV Inversión.

16. Este grupo estuvo involucrado con uno de los elementos más importantes para la competitividad de la región: la movilidad de capital.

V Propiedad intelectual.

17. Propiedad intelectual.

18. Solución de controversias.

3.6. Los servicios turísticos y el TLC

Una de las actividades que ha presentado las mayores tasas de crecimiento durante los últimos años, ha sido el turismo. Los servicios turísticos representan uno de los aspectos más importantes de la actividad, ya que constituyen el eje central de ésta, dado que cada vez que el turista al salir de su hogar, requiere satisfacer un cúmulo de necesidades y los servicios turísticos contribuyen al logro de ese objetivo.

Hablando en cifras, de acuerdo con la información proporcionada por la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo internacional contribuye aproximadamente con el cinco por ciento al comercio mundial y entre el 25 y 30 por ciento al comercio mundial de servicios.

En cuanto a la relación que los servicios guardan con el turismo, se pueden clasificar en específicos o inmediatos y comunes o mediatos.

Los servicios específicos o inmediatos son aquellos cuya prestación depende fundamentalmente del turismo; están enfocados a éste principalmente, y son proporcionados por empresas tales como las de transporte especializado de turistas, hospedaje y agencias de viajes.

Los servicios comunes o mediatos son en cambio, aquellos cuya prestación no depende únicamente del turismo, ya que satisfacen

específicamente también necesidades de la población local, entre ellos se pueden mencionar los proporcionados por establecimientos donde se expenden alimentos y bebidas preparados, si bien es cierto que el turista los reclama, su funcionamiento no depende exclusivamente de él, ya que responden a una considerable demanda distinta, en la que gran parte de los habitantes acude también por necesidad o por deseo a dichos establecimientos.

El turismo constituye una fuente de ingresos y de prosperidad, no solamente para las empresas que participan directamente en el transporte y en el alojamiento de viajeros, sino también para amplios sectores de la población, a los que la afluencia de turistas supone una actividad provechosa o un mercado ventajoso para sus productos o servicios.

Otro de los resultados de actualidad más relevante de este fenómeno es la generación de empleos, que además de cuantiosa es diversificada, afecta en forma directa al renglón turismo, e indirectamente a toda la gama de actividades económicas que en una u otra forma se interrelacionan con él.

México acredita una señalada vocación turística determinada por su cercanía geográfica respecto del mercado más grande del mundo. La vecindad geográfica es factor determinante en cualquier vinculación turística internacional, factor que incrementa su valor por cuanto que México opera como puente, entre América del Norte de la que forma parte y América Latina. Sus dos litorales enriquecen aún más las posibilidades de comunicación internacional.

Vecino en el norte de países con climas extremosos, México brinda el atractivo de temperaturas estables a lo largo de las cuatro estaciones del año y playas con agua tibia aún en invierno, a lo que se le suma las características de su rico y variado patrimonio cultural.

3.6.1. Ingreso de divisas

Un beneficio económico de importancia que tiene el turismo sobre el destino turístico, es el incremento de entrada de divisas. En este sentido el mercado turístico canadiense es gran importancia para México, ya que después de los estadounidenses, los canadienses son los visitantes más frecuentes en el país.

Si se entiende el TLC en su versión de acceso franco de esos países a sus mercados receptivos, poco puede aportar el turismo de México, pues nada impide que el mexicano viaje y consuma los bienes y servicios turísticos en los territorios de Estados Unidos y Canadá, y no hay obstáculo para que el estadounidense y el canadiense vengan a México a hacer lo mismo. La actividad turística, al menos en este aspecto, no ha tenido necesidad de aguardar a que sus relaciones comerciales se sujetaran al TLC, sin embargo, es mucho más fácil que se otorgue la visa para viajar a cualquiera de estos países, cuando se trata de viajes a algún centro turístico.

3.6.2. Inversiones

De acuerdo con una investigación realizada por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTT, por sus siglas en inglés) la inversión de capital anual entre 1996 y 2006 crecerá de 59.8 mil millones de pesos (8.1 mil millones de dólares) a 629.2 mil millones de pesos (20.7 millones de dólares). Eliminando la inflación, lo anterior muestra un crecimiento real del 120.4 por ciento en la inversión de capital de viajes y turismo en México⁷⁸.

México es un país en donde existe un enorme potencial de lugares dignos de admirar y conocer; por ello, invertir en esta rama, ofrece grandes oportunidades a mediano plazo.

Para el desarrollo del sector turismo con el TLC, es muy importante el papel que desarrolla la inversión extranjera, que de hecho anteriormente a éste se incrementó sustancialmente. Un ejemplo, es que tan sólo en 1994 el 40 por

⁷⁸ WTT. "Impacto Económico de la Industria de Viajes y Turismo". *Resumen Ejecutivo*, Consejo Mundial de Viajes y Turismo, 1996. p.8.

ciento de inversión extranjera no financiera en México se canalizó al sector turismo⁷⁹.

Durante la administración salinista, inversionistas nacionales y extranjeros decidieron impulsar con firmeza el turismo en el país, con 22 proyectos específicos de inversión por un monto de 10, 845 millones de dólares para construir hoteles, condominios, residencias, áreas comerciales, marinas, campos de golf, clubes de playa y ecuestres.

Así mismo, los servicios de transporte turístico registran un importante crecimiento y modernización en el país a partir del TLC, donde las firmas estadounidenses y canadienses invertirán, al permitirse al capital extranjero una participación hasta de un cien por ciento⁸⁰.

La inversión en el sector turismo representa un reto y a la vez una gran oportunidad para obtener utilidades y enriquecer al país. El TLC coadyuvará a que México sea todavía un mejor sujeto de crédito de los organismos internacionales e imán para captar inversión extranjera.

3.6.3. Infraestructura

Durante 1993 el gobierno federal canalizó 81 millones de pesos a la construcción, ampliación y rehabilitación de infraestructura turística (12.3 por ciento superior a 1992) basando el crecimiento de la misma en las inversiones que hace el sector privado, sobre todo en los cinco polos de desarrollo del país.

Para afrontar el reto del TLC, México requiere modernizar su infraestructura carretera y de comunicaciones. La infraestructura carretera es un factor importante en las comunicaciones del país, ya que enlaza ciudades y acerca a los individuos

⁷⁹ *Alto Nivel*, julio, 1992. p. 66.

⁸⁰ Giermanski, James. "Transporte: Elemento clave para el Acuerdo de Libre Comercio". *Comercio Internacional*, Banamex, Ed. Especial, 1991. p.128.

Frente al reto del TLC, actualmente están en marcha proyectos que incrementen la oferta de marinas turísticas en forma sustancial y que permitan la creación de escaleras náuticas a lo largo de las costas. Entre tales proyectos se encuentran: Marina Mazatlán, Manzanillo, Puerto Peñasco, Marina Veracruz, Bacochibambo, Loreto, Huatulco, San Felipe, Careyes, Cancún, Barra de Navidad, Ensenada y San Carlos⁸¹.

Cabe señalar que las malas condiciones en la infraestructura de algunos centros turísticos pueden impedir el desarrollo favorable del sector turismo, por lo cual el TLC coadyuva a crear conciencia en las autoridades sobre la conveniencia de suprimir estas trabas y de apoyar más a este sector.

3.6.4. Tecnología y Telecomunicaciones

Todos los sectores de comunicaciones requieren no solamente de capital, sino de tecnología para que México pueda colocarse en una situación competitiva frente a países industrializados como Estados Unidos y Canadá, ya que dichas comunicaciones son parte vertebral del desarrollo.

En este marco la modernización de las telecomunicaciones coadyuvará a que México se inserte en la economía mundial con la competitividad que este proceso demanda. El desarrollo económico y social que se registra en ambos lados de la frontera, es beneficiado con la ampliación de los servicios de telecomunicaciones, y los operadores de los tres países, pueden aprovechar el espectro radioeléctrico en condiciones de equidad que permitirá procesar, administrar, recibir y transmitir información entre la región.

La utilización de telefonía celular, transmisión de datos, servicios de comunicación para el transporte por carretera y ferrocarril, televisión vía

⁸¹ Grupo Situr. "Situr's Environmental Golf Course Design", *The Mexico of Situr. International Annual Publication*, 1996, p. 51.

microondas y el satélite, y alta definición, puede atender a un mayor número de usuarios y beneficiar al sector y a los servicios de transporte⁸².

En cuanto a la tecnología, en México se arman autobuses con piezas importadas y con el TLC el país dejará de ser importador de tecnología, para también poder convertirse en fabricante de autobuses a nivel internacional.

Con el TLC se verán multiplicados los viajes a México con fines comerciales, con los que se incrementara la demanda de servicios de transporte aéreo, reservaciones de hoteles, cupo de convenciones y juntas de trabajo, arrendamiento de autos, y todo aquel servicio que reclama el ejecutivo cuando se desplaza en viaje de negocios.

El TLC se presenta como un instrumento que permitirá el desarrollo económico de México, incluido el cambio técnico con el que las empresas se ven presionadas a la incorporación inmediata de nuevos servicios, así como de una tecnología internacionalmente competitiva.

El sector turismo en México no se verá afectado por el TLC si incorpora nuevas tecnologías y estándares operativos de eficiencia, que mejoren la competitividad internacional en la materia.

3.6.5. Competencia

La competencia es la base del libre mercado, por tanto es lógico que existan múltiples y variadas opciones de tal producto ofrecido, o como en este caso del servicio. No obstante los beneficios económicos y socioculturales que genera la actividad turística, los gobiernos han adoptado en sus territorios medidas y actitudes tendientes a incrementarlo, lo cual trae paralelamente consigo la conversión del turismo en una actividad que da lugar a una gran competencia entre los países por captar las corrientes internacionales.

El acuerdo al que llegaron las mesas de negociación en materia de transporte fue bueno, sin embargo, para el sector de pasajeros y turismo no

⁸² Caso Lombardo. Andrés, "La Secretaría de Comunicaciones y Transportes". *El Financiero*. agosto de 1992. p. 22.

significa grandes expectativas de desarrollo o crecimiento en mercados externos y si una gran competencia.

El libre acceso de servicios charter es bueno para la economía y de manera especial para el turismo, pues el permiso para este tipo de viajes busca incrementar la afluencia turística.

Por otra parte las compañías mexicanas dedicadas al autotransporte de pasajeros y turístico se encuentra en un nivel muy bueno, gracias al crecimiento que han experimentado por la introducción de modernos autobuses, cuya calidad puede competir con las líneas extranjeras de Estados Unidos y Canadá.

El transporte marítimo en México, al igual que muchos otros servicios turísticos relacionados con la participación del país en los mercados internacionales, requiere de una estrategia que permita actuar de la mejor manera posible a favor de proporcionar la solución más adecuada, de acuerdo a las oportunidades y limitantes en ese respecto.

Las marinas turísticas⁸³ son un producto que ilustra muy claramente la aplicación de segmentación, pues satisface una necesidad muy específica para turistas de alto nivel socio-económico.

3.6.6. La Hotelería

A nivel mundial se puede observar un extensivo proceso de reestructuración corporativa, caracterizado por una fuerte actividad relacionada con fusiones y adquisiciones⁸⁴.

El desarrollo de una hotelería capaz de incorporar a México a los mercados internacionales del turismo, ha permitido que el país dispute esos

⁸³ El fomento al turismo náutico enfatizado en los cruceros y desarrollo de marinas turísticas formaba parte de la modernización del turismo. Poder Ejecutivo Federal, Plan Nacional de Desarrollo 1984-1994. México, 1994, p. 86.

⁸⁴ Jiménez, Alfonso. *op. cit.*, p. 177.

mercados competidos por naciones del primer mundo. Este tipo de hotelería también ha respondido a la demanda de algunos segmentos del mercado interno, pero dotados de capacidad adquisitiva media y elevada, y cuya demanda ha incentivado la inversión en servicios de nivel internacional.

Para atender tanto ese segmento de demanda interna como para penetrar en la internacional, el desarrollo hotelero ha mostrado un comportamiento ejemplar, quizás único, con excepción del referido a la expansión petrolera y a la industria maquiladora.

A partir de 1985, la hotelería empieza a bajar paralelamente a la crisis económica, al aumento impresionante de la inflación, al costo del dinero, al desfase del valor del peso con el dólar y a la baja en los índices del turismo internacional. Es también en este año cuando la hotelería absorbe el impacto de los sismos de 1985, causando considerables daños que disminuyeron la planta hotelera de la Ciudad de México.

El mayor crecimiento de la oferta hotelera en México se ha registrado en los centros de playa integralmente planeados: Cancún, Bahías de Huatulco, Ixtapa, Loreto y Los Cabos. La planta hotelera mexicana es la novena en importancia a nivel mundial, lo que ha hecho posible que México sea uno de los más importantes del mundo en este concepto.

Las condiciones de bilateralidad con Estados Unidos y Canadá en que la hotelería mexicana se ha desenvuelto durante las últimas décadas, le permitirá disfrutar tanto las ventajas de internacionalización que brinda el TLC, como enfrentarse a sus desventajas.

Las expectativas con el TLC son infinitas, tanto en las áreas mencionadas, como en la tecnología que se pueda recibir. El factor tecnológico juega un papel decisivo en el futuro de la hotelería mundial y nacional. Diversos elementos, entre ellos la competencia creciente, el mayor volumen de viajeros y la optimización del transporte, han propiciado que la industria hotelera dependa más de la tecnología para permanecer competente. La hotelería está pasando por un proceso de mejoramiento tecnológico, atacando especialmente

tres puntos: tecnología dirigida hacia las áreas de la mercadotecnia, tecnología enfocada a la operación y tecnología dirigida a servicios a huéspedes.

Este es un buen momento para demostrar ante el mundo que México está preparado para recibir al turista extranjero. El TLC es la pauta para ejercitar libremente los propósitos establecidos, porque sin duda abre las puertas a un gran número de establecimientos que si no están excelentemente preparados, saldrán de la competencia.

Se debe tener en claro que el TLC no es el monstruo que se conceptualiza y que devora a las empresas nacionales sino, por el contrario, es el acceso a un mayor mercado para el turismo nacional y extranjero, con el cual se pueden vislumbrar grandes beneficios en todo el sector turismo, no solamente en la hotelería.

El Tratado de Libre Comercio significa la apertura de las fronteras y el aumento en la demanda tanto de servicios turísticos eficientes y competitivos, como de aquellos elementos que favorecen la celebración de convenciones y reuniones y de trabajo.

Ante la competencia que trae el TLC, ya no basta con construir hoteles por hermosos que sean y ofrezcan sólo playa y sol. Los turistas buscan acción y aventura en un ambiente agradable y seguro. El TLC es ideal para inversionistas con imaginación, ya que en materia de desarrollo hay demanda, pero muy poca competencia.

Por lo que respecta a pequeños y medianos hoteles, es donde puede manifestarse una situación difícil ante el TLC, porque se espera tener crecimiento hotelero acelerado en la República Mexicana, con lo que la subsistencia de estas empresas se pone en peligro; más si ellas se preparan y logran anteponer calidad y excelente servicio, todo saldrá a flote y continuarán funcionando.

La tendencia mundial ha demostrado que la actividad hotelera independiente no tendrá futuro en los años venideros, pues mientras que las grandes cadenas internacionales están dominando ampliamente la actividad, la

aparición de un número relativamente pequeño de megacadenas hoteleras pone entre la espada y la pared a los establecimientos independientes: o se afilian a alguna cadena, organización de mercadotecnia, promoción o ventas, o algún sistema internacional de reservaciones, o definitivamente tenderán a desaparecer.

México no escapa a esta tendencia, el Tratado de Libre Comercio y la Ley de Inversiones Extranjeras, traen consigo la entrada de nuevas cadenas hoteleras estadounidenses y canadienses, entre otras, que pondrán en graves problemas a aquellos pequeños y medianos hoteleros que no pertenecen a ninguna cadena o que no están afiliados a algún sistema de reservación⁸⁵.

⁸⁵ CONCANACO-SERVITUR, *Análisis Turístico*, no. 7, noviembre. 1990. p.4.

CAPÍTULO 4

IXTAPA-ZIHUATANEJO

CAPITULO 4. CENTRO INTEGRALMENTE PLANIFICADO IXTAPA-ZIHUATANEJO

El proyecto turístico de Ixtapa-Zihuatanejo fue el primero en ser financiado por el Banco Mundial. Fue propuesto a este organismo internacional por el gobierno de México en 1968, presentándose la solicitud formal en abril de 1969.

Sin embargo, transcurrieron dos años antes de que el proyecto fuera aprobado debido a que en ese periodo se realizaron las investigaciones y estudios técnicos y económicos básicos para establecer las bases de su desarrollo.

De la misma manera se dio solución a otras cuestiones colaterales, como la adquisición de tierras y la elección de una institución federal encargada de llevar adelante el proyecto.

Cuatro misiones de preparación del proyecto visitaron México, a partir de 1969, enviados por parte del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF). Paralelamente, dentro del Banco de México, S.A., se creó un fideicomiso al que se denominó Fondo de Promoción e Infraestructura Turística (INFRATUR)⁸⁶. Con el fin de preparar, coordinar y llevar a cabo proyectos de infraestructura turística en México. En diciembre del mismo año se aprobó el proyecto y en enero de 1972 se firmó el préstamo con el BIRF.

Ixtapa-Zihuatanejo constituye el segundo centro turístico impulsado por FONATUR, bajo el concepto de Centro Integralmente Planeado, cuya concepción se inició casi en forma paralela a Cancún.

Ixtapa-Zihuatanejo en conjunto con Taxco y Acapulco forma el denominado "Triángulo del sol", el cual representa la actividad turística fundamental del estado de Guerrero.

⁸⁶ Ver el Capítulo 2, con respecto a la creación de FONATUR, a partir de la fusión del INFRATUR y FOGATUR.

La elección de Zihuatanejo, lugar localizado aproximadamente a 240 kilómetros al noroeste de Acapulco, se debió principalmente en atención a los siguientes criterios:

1. Igualdad o superioridad en la dotación de atractivos naturales.
2. Ventajas de su ubicación, en cuanto a la posibilidad de lograr un mayor impacto en el desarrollo económico y social de la región
3. Oportunidad de ofrecer simultáneamente con Acapulco un producto conjunto complementario que resultara más atractivo.
4. Oportunidad de apoyar la promoción de Ixtapa-Zihuatanejo sobre todo en su etapa inicial, aprovechando la sobredemanda estacional que se presentaba sobre los servicios turísticos de Acapulco.

La creación de este centro turístico, además pretendía tener un impacto socio-económico, que impulsara el desarrollo de la región. Las planeaciones de éste se llevaron a través de estudios que se plasmaron en el Plan Maestro, estimándose el crecimiento del centro en promedio de tiempo de nueve años. La evolución de Ixtapa-Zihuatanejo puede ser analizada, mediante la comparación de resultados planeados y resultados obtenidos.

4.1. La actividad turística en el estado de Guerrero

El turismo ha sido, desde hace varias décadas, el sector económico más dinámico e importante del estado guerrerense. Esto se afirma al observar que el valor del producto de la actividad turística y el del sector terciario al que pertenece, representa el 14 y 74.4 por ciento respectivamente del Producto Interno Bruto Estatal. La actividad turística en Guerrero representa el 80 por ciento de la economía del estado.

En 1995 los principales destinos turísticos del estado capturaron 5.6 millones de turistas, -lo cual significa un crecimiento del 29.8 por ciento al año anterior-, quienes generaron una derrama económica de 8,130 millones de pesos. En relación al origen, el 76 por ciento de la afluencia a los destinos del triángulo del sol correspondió al turismo nacional y el 24 por ciento al turismo

extranjero. En este mismo se conformó una planta laboral de 34 mil 668 empleos directos y 86 mil 672 empleos indirectos y los ingresos fiscales de esta actividad representaron aproximadamente el 70 por ciento de la totalidad de los ingresos que por este concepto ha obtenido el gobierno estatal⁸⁷.

Por otro lado, se observa que la demanda de bienes de consumo y de capital que genera la actividad turística es extraordinariamente importante. Es decir que gran parte de los establecimientos de servicios, comerciales e industriales de la economía, tienen en esta actividad el origen de su dinamismo y permanencia en el mercado.

En general el dinamismo de las actividades económicas del estado depende sustancialmente de la afluencia de turistas a los principales destinos turísticos de Guerrero.

El estado de Guerrero consta de 64,281 kilómetros cuadrados, en los cuales se pueden apreciar diversos paisajes, expresiones culturales, ríos, lagunas, playas, diversidad de climas, flora y fauna, costumbres, legados históricos, música, gastronomía y artesanías, que hacen del estado un potencial de atractivos susceptibles de aprovechamiento turístico, en beneficio del desarrollo económico de las diferentes regiones que lo integran.

Algunos estudios realizados han identificado ocho corredores turísticos que pueden considerarse los más importantes: Acapulco-Zihuatanejo, Zihuatanejo-Petacalco, Zihuatanejo-Ciudad Altamirano, Mezcala-Caracol, Taxco-Acapulco, Chilpancingo-La Montaña y Acapulco-Punta Maldonado.

4.2. Selección de Ixtapa-Zihuatanejo como proyecto turístico

Ante la necesidad de lograr un desarrollo homogéneo, procurando la menor alteración posible de las características etnográficas y sociales de las diversas regiones, surge el turismo como una alternativa idónea, que por medio del

⁸⁷ Secretaría de Fomento Turístico. Programa Estatal de Turismo 1996-1999, Gobierno del Estado de Guerrero. México. 1996. p.11.

desarrollo de un centro recreativo a largo plazo y a través de una organización balanceada, coopere a la disolución de problemas estructurales, teniendo como meta final el mejoramiento del nivel de vida de toda la región circundante. México dispone con tal motivo, de recursos naturales potencialmente competitivos tanto en el Caribe como en el Pacífico, para desarrollar una excelente infraestructura turística. Es por ello, que seleccionar el lugar adecuado para impulsar esta actividad, no depende sólo de la belleza de la zona, sino de los objetivos económicos y sociales que se pretenda con la realización del proyecto. A partir de esta base surge la importancia de determinar cual de los diferentes destinos debe ser escogido con objeto de promover su desarrollo. Los criterios de selección los dan los objetivos generales del desarrollo económico y social, sobre todo la necesidad de proporcionar abundante y bien remunerado empleo a la fuerza de trabajo y de hacer viables económicamente a las regiones más atrasadas. En relación con esto último, se toma en cuenta que existen en el país regiones dotadas de excepcionales parajes con potencial turístico, donde es improbable que proyectos de tipo industrial o agropecuario inicien el proceso de "despegue" económico, pero en los cuales la creación de una fuente de trabajo como es un nuevo centro vacacional, puede actuar a manera de polo de desarrollo. La posibilidad de que esto ocurra, se vuelve más real al tomar en cuenta el apoyo financiero para la construcción del mismo.

La costa del Pacífico surge como candidata para realizar el proyecto debido a que en la misma se encuentra ubicado Acapulco y ese centro proporciona grandes posibilidades de desarrollo a los destinos cercanos, gracias a que cuenta con una creciente demanda internacional, que no siempre puede ser satisfecha, por lo que se pretende crear una "Riviera Mexicana", al estilo de las que ya existen en varias partes del mundo, a causa de que la experiencia de ellas muestra que una combinación de varios centros próximos entre sí, atraen mucho más turismo que un solo destino de gran tamaño, siempre que ofrezca un producto diversificado de atractivos.

Ixtapa-Zihuatanejo surge como el centro más viable a realizar, sobre todo por la carretera a Playa Azul con la cual se comunica con Acapulco y con las zonas de población más importantes de la Costa Grande y del estado de Michoacán.

Ixtapa-Zihuatanejo es seleccionado para realizar el proyecto no sólo por las consideraciones antes mencionadas, sino también debido a:

- Se encuentra localizado en la Costa Oeste de la República Mexicana, en el estado de Guerrero, cubriendo una zona de 4,590 acres y a sólo 240 kilómetros de Acapulco, ofreciendo playas color oro y un mar azul intenso por lo que se le conoce con el nombre de "Dorado Pacífico de México".
- La igualdad o superioridad en la dotación de recursos naturales, así como de las condiciones climatológicas.
- La ventaja de su ubicación en cuanto a la posibilidad de poder tener un fuerte impacto en el desarrollo regional, económico y social.
- La oportunidad de integrar toda una región turística, con el llamado "Triángulo del Sol": Taxco-Acapulco-Ixtapa-Zihuatanejo, a fin de que estos lugares se complementen entre sí, con el objeto de aumentar la permanencia del visitante, como el captar el excedente de turismo a Acapulco, con el objeto de evitar costos y la pérdida del mismo, así como de obtener un mayor beneficio a través de la derrama de divisas.
- Todas estas circunstancias, así como las metas y objetivos señalados, hacen posible que Ixtapa-Zihuatanejo resulte elegido con objeto de elaborar un plan de desarrollo turístico, que sienta las bases de una experiencia positiva a seguir en posteriores proyectos de la misma índole. Además, la situación geográfica de este destino, es estratégica frente a los grandes mercados potenciales de turismo.

4.2.1. Descripción

Ixtapa nace a finales de los años setenta y actualmente es uno de los complejos turísticos más importantes del país. Moderno desarrollo hotelero,

aunado a la infraestructura turística del tradicional y típico Zihuatanejo a 7 kilómetros de distancia, conforman el Dorado Pacífico, zona que incluye entre sus atractivos más de 20 kilómetros de bellas y tranquilas playas, bahías, islas y paseos escénicos. Todo esto rodeado de una exótica vegetación y un agradable clima semi-tropical.

Sus playas El Palmar, Las Cuatas, Playa Linda y Playa Quieta, ofrecen diversos escenarios y atractivos, desde playas tranquilas y cristalinas hasta excitantes playas con olas más agresivas. En estos lugares existen servicios turísticos necesarios para una confortable estancia, sin faltar los deportes: sky, surfing, veleo, buceo y pesca deportiva.

Zihuatanejo es una bahía rodeada de montañas y vegetación, lugar que en el pasado se uso como puerto, y al que sólo se le conocía por ser un pueblo de pescadores, durante los últimos 35 años se transformó en un pequeño paraíso turístico. Actualmente se ha modernizado conservando aún la rústica atmósfera de los tiempos pasados. Entre las playas más famosas de Zihuatanejo se encuentran: La Ropa, Las Gatas, La Madera y Playa Municipal.

Ixtapa-Zihuatanejo integra la combinación perfecta: la primera moderna, brillante y sofisticada y la segunda, tradicional, familiar y tranquila.

4.3. El Plan Maestro de la Secretaría de Turismo

En 1971, INFRATUR dio a conocer oficialmente el Plan Maestro de Desarrollo de Ixtapa-Zihuatanejo, como polo de Desarrollo Turístico Integral, en él se presentaron las proyecciones de comportamiento del centro turístico hasta mediados de la década de los ochenta.

Este proyecto turístico fue planeado para desarrollarse sobre una superficie de 2,029.9 hectáreas, distribuidas en las siguientes zonas: urbana 168.8 has (8.3 por ciento), turística 842.4 has (41.5 por ciento), conservación ecológica, 368.4 has (18.1 por ciento) y cuerpo lagunar, 650.3 has (32.0 por

ciento). Se trató de un plan ambicioso, ya que en México nunca antes se había planeado integralmente el turismo como actividad económica prioritaria

Las principales obras de infraestructura, urbanización y equipamiento turístico-urbano, contemplados en el Plan Maestro de Desarrollo, al inicio de la obra eran las siguientes:

1. Construcción de un aeropuerto internacional con capacidad en una primera etapa, para la operación de aeronaves del tipo DC8 en una pista de 2,500 metros de largo. A futuro se planteó el crecimiento de la pista a 3,500 metros de largo para operación de jumbos.
2. Boulevares y caminos perimetrales y secundarios.
3. Obras hidráulicas, como la construcción de escolleras y un canal para conectar el mar con la Laguna de Ixtapa y habilitación de una marina.
4. Construcción de sistemas de drenaje y alcantarillado incluyendo plantas de almacenamiento y tratamiento de aguas.
5. Ampliación de las calles principales y en general obras de remodelación urbana en Zihuatanejo.
6. Parte importante del plan fue la construcción de un centro de capacitación hotelera, que respondiera adecuadamente a las necesidades que demandaría el desarrollo turístico de la zona.

La zona elegida para el asentamiento de Ixtapa se caracterizaba por presentar un agresivo ambiente tropical y con la presencia de unas cuantas casas de bejuco habitadas por pescadores.

Los esfuerzos realizados por FONATUR, estuvieron en sus inicios dirigidos a facilitar la participación de los inversionistas e hicieron surgir a este centro de categoría y proyección internacional a través de las siguientes obras hasta 1995:

I. Obras de urbanización

Urbanización	338 has
Vialidades	38.5 km
Redes de agua potable	37 km

Redes de alcantarillado	33 km
Red eléctrica subterránea	21 km
Red telefónica aérea	4 km
Red telefónica subterránea	19 km
II. Obras de infraestructura básica	
Captación de agua potable	230 l.p.s.
Acueductos	25 km
Tanques de regularización	6,000 m ³
Emisores para aguas negras a presión	3 km
Planta de tratamientos de aguas negras	220 l.p.s.
Canales de protección pluvial	3.5 km
Líneas de transmisión eléctrica	11 km
Subestación eléctrica	30 MVA
Central telefónica	560 líneas
Aeropuerto (longitud de pista)	2,550 m
III. Obras de equipamiento turístico	
Campo de golf	73 has
Obras marítimas:	
Volúmenes de dragado y relleno	100,000 m ³
Edificaciones de equipamiento	22,000 m ²

Además se realizaron las siguientes actividades:

- Construcción de una red de riego y jardinería; y una de alumbrado público, andadores y terracerías en camellones; servicios de mantenimiento, limpieza, bacheo, pintura de guarniciones y otros.
- Rehabilitación de diversas instalaciones en el campo de golf, Casa Club, Restaurantes y Casa de Cadies.
- Reparación del circuito eléctrico de alta tensión; servicios de mantenimiento mayor en otras instalaciones, carpintería, pintura, alberca y jardinería.

4.3.1. Bases de las proyecciones

Se previó un mercado turístico en crecimiento, sobre todo el proveniente de Estados Unidos con especial énfasis en California, que llegaría a ser un gran proveedor de clientes para Ixtapa-Zihuatanejo, por su volumen de población, alto ingreso per cápita, relativa cercanía y facilidad de transporte a precios competitivos, como lo comprobaba el número creciente de visitantes que visitaban anualmente al país. Las proyecciones mostraban para México tasas de aumento del 5.3 por ciento anual en 1975 y del 7.5 por ciento para 1980, y se esperaba que Ixtapa-Zihuatanejo ofreciera servicios turísticos de calidad competitivos. La infraestructura con que iba a ser dotada la zona junto a los atractivos naturales y su cercanía al mercado más grande de la región, hacían de este lugar, el idóneo para construir un centro turístico de la magnitud esperada.

Por último, se previó la importancia de realizar una política de tarifas y de vuelos directos del extranjero, que favorecieran la afluencia de visitantes, haciendo más competitivo al destino turístico frente a otros centros internacionales similares, para lo cual se propuso la elaboración de convenios bilaterales aéreos, en especial con Estados Unidos, que abrieran nuevos puertos de comunicación entre ambos países⁸⁸.

4.3.2. Impacto regional del proyecto

El proyecto a través de la generación de ingresos y del empleo, tendría un importante impacto regional, ya que la magnitud, tanto de las inversiones previstas como de la demanda de bienes y servicios que requería el gasto turístico, crearían una nueva área de actividad económica y empleos, que a su vez demandarían servicios y bienes, encadenándose así toda una gran gama

⁸⁸ Muestra de la demanda en Estados Unidos, es la inauguración de un vuelo directo de los Angeles a Ixtapa-Zihuatanejo por la compañía Alaska Airlines, el 7 de noviembre de 1996. El establecimiento de esta conexión es el resultado de los esfuerzos de dicha empresa, la iniciativa privada local y los gobiernos federal y del estado de Guerrero. Turistero, *La guía de turística en Ixtapa-Zihuatanejo*, FIBAZI, Gobierno del Estado de Guerrero, no.3, noviembre-diciembre, 1991.

de actividades, buscando orientar la mayor parte del impacto a la zona aledaña y a los estados de Guerrero y Michoacán. Uno de los principales objetivos del mencionado proyecto, se cumpliría al dar a esta parte del país, una fuente de empleo y una actividad económica para diversificar y elevar el nivel de vida, lo cual a su vez, crearía demanda suficiente para las primeras industrias con productos poco elaborados, para más tarde tener una industria básica de transformación.

4.3.3. Generación de empleos

Se proyectó una generación de 45.6 empleos por cada millón de pesos (de 1960) del gasto nacional. Se esperaba que para el primer año completo de operación, el número de empleos generados ascendiera a 4,440 de los que el sector de servicios absorbería 1948 empleos, y el agropecuario 1751, o sea el 83 por ciento del total, ya que el primero podría generar 20 empleos y el segundo 18 empleos por cada millón de pesos de incremento en el gasto. Ya para el noveno año de operación, se suponía que el número de empleos totales, sería de 26,502, lo cual implicaría un impacto familiar considerable, tomando en cuenta que la mayoría de las personas serían jefes de familia con varios dependientes.

Parte del empleo que se demandaría sería consecuencia directa de la operación de hoteles y se calculó en aproximadamente 1.66 personas por cuarto de lujo y AA y en 0.65 personas en hoteles de tipo A, de acuerdo con una investigación hotelera realizada en Acapulco. Suponiendo que la mitad de los cuartos sería A y la otra parte de lujo y AA, el promedio sería de 1.16 personas por cuarto. Es decir que para el primer año de operación, serían empleadas por concepto de hoteles en Ixtapa, 870 personas, para el noveno año de operación cuando contara con 3,500 habitaciones, los hoteles darían trabajo directamente a 4,060 personas, quienes representarían el 35 por ciento del empleo en el sector servicios.

4.3.4. Número de cuartos disponibles

Se esperaba iniciar las actividades con 750 cuartos en el primer año de operaciones (1971), para crecer de acuerdo con la estimación de turismo hasta el noveno año de operación, en el cual se pretendía que con 3,500 cuartos, se cubrieran las estacionalidades, previéndose un bajo índice de ocupación hotelera en los primeros años de operación.

4.3.5. Estimación de visitantes según su procedencia

Con objeto de calcular la viabilidad del proyecto, se realizó dentro del Plan Maestro una estimación del flujo turístico que podría visitar la zona de Ixtapa-Zihuatanejo. El total de visitantes extranjeros tanto nuevos como absorbidos de otros centros se estimó que para 1972 sería de 70,000 y para 1980 ascendería a 417,800. La magnitud del turismo nacional, como complemento necesario ascendería de 17,500 en 1972 a 104,500 en 1980; por lo que la participación de éste sería de un 20 por ciento y la de turismo extranjero de un 80 por ciento.

La proyección de demanda turística por Ixtapa-Zihuatanejo se realizó con base en la suposición de que existía un mercado establecido en crecimiento y que el potencial era considerado. Se estimó que gran parte del turismo de Estados Unidos pudiera captarse, debido a que el estado de California sería el submercado principal por la distancia más corta, en comparación a otros centros turísticos similares. Además, las buenas condiciones climatológicas de la zona, junto con el grado de competitividad del mercado, hicieron esperar una considerable captación del mercado turístico local.

Se estimó que el volumen del turismo total podría alcanzar una cifra de aproximadamente 522,300 personas anuales para 1980, siempre y cuando existieran las condiciones necesarias y las políticas adecuadas de promoción, considerando como requisitos básicos, en primer lugar, instalaciones de infraestructura turística de acuerdo con el Plan de Inversiones, las cuales

deberían cubrir los requisitos necesarios para la comodidad del turista y prolongar así su estadía.

También era importante la localización de los centros turísticos de los cuales sería atraído el turismo, por medio de un efecto de sustitución. Según el Plan Maestro se esperaba que Hawai fuera el centro fundamental para efectuar esta operación, debido a las características similares con Ixtapa-Zihuatanejo. Este último podría atraer el uno por ciento del turismo norteamericano que viajaba a Hawai en 1972. Además, se podría captar en forma acumulada el 15 por ciento de los incrementos de la proyección desde 1972. Por tanto, de 23,000 turistas atraídos en 1972 de Hawai a Ixtapa se llegaría a 238,000 en 1980, pasando en el mismo periodo de tiempo del 2.7 por ciento al 10.3 por ciento del total de turistas que visitarían el centro mexicano.

Del turismo norteamericano al Caribe se estimaba captar 51 mil personas para 1980, lo que significaría el 12 por ciento del turismo proyectado para el mismo en ese año.

Asimismo, se esperaba un efecto de traslación del turismo extranjero que visitaba otras regiones de México, uno por ciento del total proyectado para 1972 y la captación en 1980 de 66 mil personas que representarían el 1.5 por ciento del total de turistas extranjeros al interior del país.

Desde Acapulco y con objeto de lograr una desconcentración de la zona, esperaban absorber el uno por ciento del turismo extranjero estimado para 1972 en forma permanente, más el 2 por ciento de los incrementos anuales acumulados, lográndose absorber una proporción de 1.2 por ciento en 1972 al 1.6 por ciento en 1980.

4.4. Evolución de la actividad turística

Hasta 1995 se encontraban 4,105 cuartos de operación hotelera, lo cual ha superado el monto estimado en el Plan Maestro, aunque no durante el tiempo previsto por éste (ver cuadro 4.1).

Cuadro No. 4.1. Ixtapa

Hoteles y número de cuartos por año de apertura

Año	Hotel	No. de cuartos
1975	Aristos	226
1976	El Presidente	304
1977	Viva Ixtapa	110
1978	Holiday Inn	240
1979	Rivera del Sol	320
1980	Krystal	260
1981	Club Mediterráneo	400
1982	Camino Real	540
1982	El Dorado Pacífico	260

Fuente: Anuario Estadístico Turístico

Para 1988 el número de cuartos en Ixtapa sumaba 2,660 entre las diversas categorías de hotel, y en Zihuatanejo 292.

A partir de 1988 el avance refleja una tasa media anual de crecimiento del 1.2 por ciento (ver cuadro 4.2).

Cuadro 4.2 Ixtapa-Zihuatanejo

EVOLUCIÓN DE CUARTOS

Categoría	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Categoría Especial	400	400	401	436	456	456	
Gran Turismo							
5 estrellas	1327	428	428	428	428	428	428
4 estrellas	1393	2198	2198	1797	1636	1608	1699
3 estrellas	506	476	638	1026	1045	1206	1206
2 estrellas	308	265	265	368	308	150	150
1 estrellas	151	104	104	104	104	104	104
Total	142 3827	136 4007	136 4169	147 4271	153 4110	153 4105	153 4196

Fuente: Anuario Estadístico Turístico

Por otro lado, en 1995, el triángulo del sol captó 1.4 millones de visitantes extranjeros, lo que representa el 19 por ciento de la afluencia internacional que llega al país, del cual Ixtapa-Zihuatanejo captó el 21 por ciento del turismo extranjero que arribó a esta región del país, lo que significó un aumento considerable de 60,478 visitantes extranjeros en 1994 a 294,000 en 1995.

La afluencia extranjera a Ixtapa-Zihuatanejo proviene en un 60 por ciento de la Unión Americana, particularmente de Chicago, Minneapolis, Los Angeles, Denver y Philadelphia, y en un 38 por ciento de Canadá, principalmente de

Montreal, Toronto, Quebec, Vancouver y Winnipeg, el 2 por ciento restante proviene de otras partes del mundo.

En relación a las vías de acceso, el 81 por ciento arribó por vía terrestre, el 16 por ciento por vía aérea y el 3 por ciento por vía marítima. Esta estructura porcentual refleja el limitado uso de las vías aéreas y marítimas, lo que significa la escasa diversificación de los mercados que pueden incursionar a través de estos medios de transportación.

Los visitantes nacionales componen el mayor porcentaje de turistas que llegan por vía aérea al desarrollo turístico (67.2 por ciento) de 1988 a 1994. Durante este periodo se trasladaron 1'345,428 visitantes al desarrollo de Ixtapa-Zihuatanejo en 19,441 vuelos comerciales originados en aeropuertos nacionales e internacionales. De este total de visitantes 1'232,373 fueron pasajeros en vuelos nacionales y se trasladaron a Ixtapa-Zihuatanejo en 18,255 frecuencias aéreas originadas fundamentalmente en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, mientras que los 113,055 pasajeros en vuelos internacionales llegaron al desarrollo en 1,216 vuelos con origen principalmente en los Estados Unidos.

Por otra parte, los vuelos charter han transportado, desde diciembre de 1988 a 1995, a pasajeros tanto en vuelos internacionales como extranjeros (ver cuadro 4.3)

Cuadro 4.3. Ixtapa-Zihuatanejo

Número de vuelos y pasajeros por año

Año	VUELO			PASAJEROS		
	nacional	internacional	total	nacional	internacional	total
1989	-	216	216		30780	30780
1990	-	201	201		25090	25090
1991	127	162	289	8971	20968	29939
1992	158	185	343	12686	23538	36224
1993	297	158	455	22032	21997	44029
1994	381	269	650	27923	37858	65781
1995	420	380	800	31634	42152	73786
Total			2954			305629

Fuente: Anuario Estadístico Turístico

En cuanto al trabajo constante de FONATUR en el desarrollo de Ixtapa-Zihuatanejo ha determinado un impacto social que puede apreciarse considerando los siguientes parámetros:

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
POBLACION	50.6	53.6	57.0	60.8	64.4	66.7	71.5
EMPLEOS TOTALES	11.2	11.7	12	11.5	12	12.5	13.2
DIRECTOS	3.2	3.3	3.4	3.2	3.3	3.3	4.2
INDIRECTOS	8.0	8.3	8.5	8.2	8.6	9.2	9.0
VIVIENDA	10.1	10.9	11.6	12.4	13.4	13.9	14.1

Fuente: Anuario Estadístico Turístico.

El propósito de crear fuentes de trabajo para la región, ha sido cumplido por el proyecto del Centro Integralmente Planeado Ixtapa-Zihuatanejo, ya que éste representa la mejor oportunidad para la mayoría de los habitantes, principalmente de la Costa Grande de Guerrero, los cuales encuentran empleos, la mayoría de ellos capacitados con el dominio de dos lenguas extranjeras: inglés y francés.

La actividad turística en éste centro ha proporcionado una diversa gama de empleos, que van de la ocupación directamente en hoteles y establecimientos de servicios turísticos, hasta la posibilidad de trabajar en la

comercialización de la zona, con alguna empresa privada encargada de algún proyecto nuevo.

Quizás el proyecto de Ixtapa-Zihuatanejo, ha fallado en algunos aspectos planeados como el de consolidarlo como un centro que atrajera principalmente turismo extranjero. Sin embargo, la captación de éste ha sido en menor proporción de lo que se esperaba, tanto que el crecimiento del centro tampoco se llevó a cabo en el tiempo planeado, ha crecido y mucho en comparación con lo planeado y proyectado, y ha cubierto las expectativas de infraestructura, pero en un periodo más largo. Ixtapa-Zihuatanejo tiene todo para ser y en algún tiempo se consolidó como el centro turístico más importante de México, la conjunción de los diversos atractivos y servicios han proporcionado la importancia de éste. Durante los meses de enero y febrero tiempo en que el invierno recrudescer al norte del continente, proporciona la ventaja a Ixtapa-Zihuatanejo conjuntamente con el puerto de Acapulco, de atraer gran cantidad de turismo canadiense, que satisfacen sus necesidades en las playas del Pacífico mexicano.

La calidad en servicios de los hoteles ubicados principalmente en Ixtapa, sólo dan acceso a determinado turismo nacional con alto poder adquisitivo. Sin duda este Centro Integralmente Planeado está dirigido a un turismo de alto nivel.

Otro problema al cual se ha enfrentado este centro turístico, es la existencia de otros centros turísticos similares ubicados en México, como es el caso de Cancún y Los Cabos, que a pesar del crecimiento de la actividad turística en Ixtapa durante 1995, pierde terreno ante los centros mencionados.

La orientación de sus atractivos y servicios difieren entre sí, por un lado Cancún es un destino de playa con un complemento arqueológico, limpieza, seguridad y servicios de excelencia, por otro Los Cabos ofrece atractivos naturales y muy especialmente su característica fauna marina, un entorno urbano y servicios semejantes a los de Ixtapa, que compite con estos destinos, pues se trata también de un centro de playa integralmente planeado, pero con

una menor capacidad instalada en relación a Cancún y una orientación diferente.

Respecto a lo anterior podemos ubicar las diferencias existentes entre Ixtapa-Zihuatanejo y sus competidores más cercanos, para que a partir de ello sea factible mejorar y complementar los servicios y atractivos que éste ofrece.

Algo muy importante a tomar en consideración dentro de la evolución de la actividad turística en cualquier desarrollo o centro turístico, es la vinculación de ésta con el resto de los sectores económicos⁸⁹. Uno de los objetivos más importantes de la política de desarrollo económico del gobierno del estado de Guerrero, es que los beneficios del crecimiento de la actividad turística se transfieran a las diferentes regiones de la entidad, para dinamizar su economía y aumentar los niveles de bienestar de la población.

Para establecer e intensificar las relaciones entre los diferentes sectores de nuestra economía y la actividad turística de la entidad, es necesario que estas relaciones se presenten como transacciones de mercado, y por lo tanto generen una utilidad entre oferentes y demandantes.

La demanda de bienes del sector turístico incluye además de volúmenes importantes de productos primarios susceptibles de industrializarse, un conjunto de bienes manufacturados de consumo básico, durables y susceptibles de producirse localmente. Esta demanda de bienes de origen industrial que genera la actividad turística, se estima que es de aproximadamente 1,500 artículos diferentes, de los cuales el 90 por ciento provienen de otras entidades del país y del exterior, y sólo el 10 por ciento restante, se producen y abastecen localmente. Debido a la magnitud de la demanda de bienes manufacturados, se justifica promover su producción local, de tal forma que esto coadyuve a lograr el crecimiento económico de la región, e integrar el procesamiento de materias primas e insumos locales, para

⁸⁹ En una conversación con el subsecretario de turismo del estado de Guerrero. Lic. Benjamín Sandoval Melo, manifiesta mi inquietud referente a la vinculación de la actividad turística con el resto de la economía, así como la falta de reinversión de capitales por parte de las empresas transnacionales ubicadas en este caso en Ixtapa-Zihuatanejo.

estructurar un aparato productivo más equilibrado, de mayor magnitud e interdependiente del propio crecimiento o funcionamiento de la actividad turística, para este objeto se requiere de la elaboración de estudios que permitan identificar los proyectos viables.

4.4.1. Mercadotecnia del producto

En Ixtapa-Zihuatanejo, FONATUR ha vendido en los últimos diez años, terrenos, megaproyectos, prospectos de negocios y activos, por un total de 201.0 millones de pesos, como a continuación se describen:

I. Venta de terrenos

35 lotes: superficie total de 213,283.17 m², valor: más de 20 millones de pesos.

II. Prospectos de negocio

1. Azul Ixtapa, superficie: 70,615.58 m², valor: 14.4 millones de pesos.
2. Porto Ixtapa, superficie: 128,408.52 m², valor: \$30'2 millones de pesos.

III. Megaproyectos

1. Marina Ixtapa, superficie: 1'710,000.00, m² valor: \$33'3 millones de pesos
2. Punta Ixtapa, superficie: 400,703.73 m², valor: \$70.8 millones de pesos

IV Desincorporación de activos

1. Playa Linda: \$10'0 millones de pesos
2. Fideicomiso El Palmar (Hotel Ixtapa Regis): \$15.2 millones de pesos
3. Edificios 1,2 y 3 Villa Pelicanos: \$3.2 millones de pesos
4. Ex casa de Visitas: \$10.3 millones de pesos.
5. Acciones de Profotur (Club Mediterraneè): \$25.4 millones de pesos.
6. 16 casas: \$1.9 millones de pesos

4.4.2. Descripción de megaproyectos y prospectos de negocio

FONATUR ha comercializado los megaproyectos denominados Marina Ixtapa y Punta Ixtapa, de la misma manera se concretaron los prospectos de negocio

Azul Ixtapa y Porto Ixtapa, de los que a continuación se detallan sus características más sobresalientes.

a. Marina Ixtapa

Este megaproyecto ubicado en la zona hotelera II, fue comercializado en febrero de 1990 a la empresa de Desarrollo Marina Ixtapa, S.A. de C.V. (Grupo SIDEK), cuenta con una superficie de 171 has, en las que se considera la construcción de una marina para 500 botes, un campo de golf, dos hoteles, un pueblo turístico portuario, un centro comercial, áreas públicas y otros servicios⁹⁰.

La inversión estimada del megaproyecto será de 517 millones de dólares y el valor del terreno fue de 19 millones de dólares, más el 5 por ciento de comisión sobre las ventas que realice la empresa.

Actualmente se encuentra construida la marina, el campo de golf de 18 hoyos, un condohotel de 120 llaves, una estación de servicios de combustibles, un canal pluvial, canchas de tenis, club de yates y un centro comercial denominado El Faro.

b. Punta Ixtapa

El megaproyecto fue comercializado en octubre de 1990 a la empresa inmobiliaria AKKO, S.A. de C.V. (Grupo DESC), y consiste en un proyecto ecológico-turístico, con énfasis en la preservación de la flora y la fauna, que se desarrolla sobre una superficie de 40 has.

El valor del terreno fue de 37.5 millones de pesos y prevé una inversión de 148 millones de dólares destinados a la construcción de un hotel de 24 cuartos, así como 98 lotes residenciales de baja densidad, 3 clubes de playa y una zona comercial.

⁹⁰ Grupo Situr, "Situr's strategic chin of marinas", *The México of Situr*, Internacional Annual Publication, 1996.p.49.

En la actualidad, se llevan construidos 29 condominios y 25 villas, un club de playa, 4 canchas de tenis, encontrándose en un 70 por ciento de avances las obras de infraestructura.

c. Azul Ixtapa

El proyecto fue formalizado en noviembre de 1990 con la Cooperativa de Cemento Portland La Cruz Azul, S.S.L., abarca un desarrollo de edificios para unidades de tiempo compartido, equivalentes a 1,212 llaves hoteleras, un centro de convenciones, áreas de esparcimiento, un club de playa y otros servicios turísticos a desarrollarse en tres etapas, en una superficie total de 93,521.70 m².

A la fecha esta desarrollada la primera etapa, consistente en dos edificios de 616 llaves, el centro de convenciones, un edificio de servicios, un club de playa y áreas de esparcimiento concluidas en 1995 y las dos posteriores se prevé quedarán concluidas en su totalidad en junio de 2004.

d. Porto Ixtapa

La Empresa Desarrollo Turístico Porto Ixtapa S.A. de C.V., adquirió en el Megaproyecto Marina Ixtapa 10 lotes, sobre los cuales ha desarrollado en una primera etapa, tres conjuntos de villas con 77 unidades, un club náutico, así como ocho residencias que se encuentran en construcción. En enero de 1995 se inició la segunda etapa que comprende la construcción de seis conjuntos, con un total de 200 unidades.

Para integrarse al proyecto que se esta desarrollando esta empresa adquirió a FONATUR, el 21 de diciembre de 1993, un lote al mismo, con una superficie de 128,408.52 m² y con un valor de 30.2 millones de pesos. Este terreno será destinado a la urbanización y construcción de 38 casas residenciales, 30 unidades condominiales, un club de playa, un lago artificial y otras instalaciones diversas.

4.4.3. Financiamiento Interno y Externo

En relación con el financiamiento interno, el desarrollo de Ixtapa-Zihuatanejo esta contemplado dentro del programa de compromisos, elaborado sobre la base del crédito por 100 millones de dólares obtenido por FINATUR ante el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), por el que se vienen desembolsando créditos dirigidos a la infraestructura turística y a la oferta hotelera.

En cuanto a las fuentes de financiamiento externo, Ixtapa-Zihuatanejo se vio beneficiado con parte del préstamo 219/IC-ME, correspondiente al Tercer Programa Global de Crédito otorgado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), cuyos trámites fueron iniciados durante la administración del presidente Miguel de la Madrid, pero su operación fue puesta en práctica a partir de diciembre de 1988 y finalizada en junio de 1994.

Ixtapa-Zihuatanejo también participa de la línea de crédito 781/OC-ME, otorgada por el BID, aprobada el 19 de enero de 1994, por 150 millones de dólares. De acuerdo con el calendario de compromisos, Ixtapa-Zihuatanejo recibirá el equivalente a 29.9 millones de dólares, para costo directo (obras de infraestructura, básica, infraestructura primaria y medio ambiente) y 8.4 millones de dólares como parte local y para el Programa de Concientización Ecológica, estudios y proyectos y administración del desarrollo se han derivado 6.0 millones de dólares.

Por otra parte el Fondo Nacional de Fomento al Turismo aprobó durante 1988-1994, créditos dirigidos a financiar la oferta hotelera de Ixtapa-Zihuatanejo por un monto de 240.6 millones de pesos, que representan el 24 por ciento de los créditos autorizados a los cinco destinos FONATUR.

Las aportaciones crediticias aprobadas por FONATUR desde 1989 a 1994, representan el 14.8 por ciento del total de los créditos autorizados para Ixtapa-Zihuatanejo desde su concepción en 1974.

Durante estos seis años, FONATUR apoyó la construcción de 791 cuartos nuevos, que representan el 18.8 por ciento del total de la oferta actual de Ixtapa-Zihuatanejo, y la remodelación de 562 habitaciones.

Las operaciones contribuyeron a la generación de 1,264 empleos directos, que representaron el 31 por ciento de los empleos directos generados como consecuencia de las inversiones realizadas desde la creación del desarrollo.

4.4.4. Promoción y publicidad

Desde 1989, FONATUR realiza diferentes acciones tendientes a promocionar el desarrollo de Ixtapa-Zihuatanejo, a través de los subprogramas de Promoción a la Inversión y a la Demanda, llevando a cabo campañas de publicidad a nivel nacional e internacional.

Con el propósito de informar al inversionista nacional y extranjero, se elaboran diversos folletos y se actualizó el video promocional de Ixtapa-Zihuatanejo.

En cumplimiento del Subprograma de Promoción a la Demanda, FONATUR participó en la creación y mantiene su aportación en el Fondo Mixto de Promoción y Publicidad del desarrollo turístico, originado en 1989, realizando en forma continúa campañas de publicidad nacional e internacional bajo el lema "The one place that's two places at once".

En 1990 se imprime la primera Guía Oficial de FONATUR de Ixtapa-Zihuatanejo, cuyo contenido comprende una completa información turística del desarrollo.

FONATUR interviene en los eventos nacionales e internacionales más relevantes de promoción a la demanda turística entre los que destacan FITUR, ITB y las ediciones de Tianguis Turístico y de Eurobolsa, con material promocional de Ixtapa-Zihuatanejo.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Sin duda el desarrollo de la industria turística en México de 1985 a 1995 ha obedecido en gran parte a los cambios suscitados en nuestro país, el cual ha tenido que adaptarse a las circunstancias impuestas en el orden internacional y ha instrumentado las políticas necesarias para su transformación y modernización.

En los últimos años la política turística implementada por el gobierno, se ha enfocado principalmente a la atracción de turismo extranjero por lo que ello significa. Hemos visto la ardua labor de SECTUR en la promoción turística a nivel internacional, ofreciendo un mercado turístico de calidad. La participación en diversos eventos como el Tianguis Turístico y la Eurobolsa, han dado la oportunidad de establecer prospectos de negocios y vender nuestro producto de manera más directa al mundo.

El desarrollo del turismo ha tomado parte de la planeación del desarrollo general del país, de ahí que los objetivos generales involucren objetivos específicos del sector. La planificación turística se ha basado tanto en las necesidades y problemas propios del sector, como en el papel que este juega dentro de la economía mexicana. Respecto a esto se ha observado que no sólo es necesario un órgano encargado de la planificación, promoción y ejecución de la industria, sino que el financiamiento es parte esencial en el impulso a la actividad turística. La actividad de FONATUR ha sido fundamental, a más de veinte años de su creación ha aportado conocimientos y experiencia a la construcción de desarrollos turísticos de competencia internacional. FONATUR por su parte, ha fomentado el desarrollo regional, promoviendo la inversión privada que complementa la pública; generando empleo y captando divisas; estimulando la actividad económica y la producción agropecuaria e industrial y los servicios; construyendo la infraestructura necesaria para impulsar no sólo el turismo, sino también el desarrollo económico y social en los cinco centros

turísticos bajo su responsabilidad, que contaban con un mínimo de infraestructura y se localizaban especialmente en regiones que hasta entonces se encontraban poco desarrolladas y que además era casi imposible que proyectos de otro tipo activaran la economía.

El desarrollo de los cinco Centros Integralmente Planeados y el financiamiento de la oferta hotelera nacional, han arrojado resultados positivos en las diferentes variables de medición, debido a que han desarrollado fórmulas capaces de promover la inversión en alojamiento y servicios turísticos, que a su vez permiten captar el gasto del turismo internacional y crear una demanda de bienes y servicios que generan empleos en las comunidades turísticas y contribuyen al desarrollo regional en sus áreas de influencia.

En el caso de Zihuatanejo, a pesar de contar ya con cierta infraestructura, la creación de Ixtapa ha repercutido en un mayor desarrollo de la población al encontrar empleo fijo y productivo, además de propiciar una mayor actividad comercial en la Costa Grande, misma que se circunscribía anteriormente exclusivamente al puerto de Acapulco.

Antes de la creación de Ixtapa, Zihuatanejo era un pequeño poblado de pescadores, que contaba con incipientes facilidades hoteleras y cuyo acceso era exclusivamente por carretera, lo que implicaba un largo viaje, con una población de aproximadamente 4 mil habitantes. Hoy el cambio es impresionante, 12 hoteles, con una oferta de 3,483 cuartos, 6 desarrollos de tiempo compartido con operación hotelera; dos campos de golf con desarrollo inmobiliario, uno de ellos construido por el Fondo, así como la creación de dos megaproyectos y dos prospectos de negocio: Marina Ixtapa, Punta Ixtapa y Azul Ixtapa, Porto Ixtapa.

De acuerdo con las políticas de cambio estructural y modernización del sector turismo, el Fondo se propuso perfeccionar la oferta turística a través de los Proyectos Turísticos Integrales, que consisten en la preparación de un proyecto turístico integralmente planeado, dentro de un centro turístico ya existente o para generar otro. Los megaproyectos representan la preparación

de una oferta masiva de terrenos turísticos de primera calidad, que se han ofrecido a la inversión privada, para que desarrolle la infraestructura y la superestructura requeridas.

De los 15 megaproyectos existentes, la mayoría han sido vendidos y los restantes se encuentran en negociación, lo cual demuestra que son proyectos viables capaces de consolidar el esfuerzo y la creatividad de la iniciativa privada nacional y extranjera en la creación de una diversificada oferta turística, orientada a captar nuevos segmentos de mercado en la creciente competencia internacional.

El impulso del gobierno federal a la actividad turística, ha marcado continuidad en sus políticas y programas, delegando la responsabilidad en FONATUR que se ha desempeñado eficazmente como el organismo ejecutor de la Secretaría de Turismo para la planeación, fomento y desarrollo del turismo en nuestro país.

La diversificación de mercados ha sido otro de los lineamientos a seguir en la política turística impulsada por el gobierno federal. Ya que tradicionalmente, las playas son el lugar preferido por el mercado para vacacionar. Como respuesta a ello y con el fin de fortalecer el turismo en el estado de Guerrero, este se ha unido a los estados de Hidalgo, Estado de México, Morelos, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Distrito Federal, para integrar el proyecto "Corazón de México" (este proyecto hasta el 9 de septiembre de 1997, se encontraba en pláticas entre los secretarios de turismo de cada estado, con la conformación de un fideicomiso con recursos provenientes de las entidades federativas participantes. Faltando aún por definir la participación del gobierno estatal y la iniciativa privada en el desarrollo de ofertas y paquetes que faciliten el incremento del turismo.) Con el objetivo final de impactar el turismo internacional que visita nuestro país. El proyecto pretende dar a conocer los principales atractivos turísticos -desconocidos y conocidos- de cada estado, con la intención primaria de promover y desarrollar el turismo hacia y en los estados participantes. Además de organizar las ofertas y paquetes necesarios

con la participación de la iniciativa privada de cada entidad. Aunado a esto la Secretaría de Fomento Turístico del estado de Guerrero, llevó a cabo un proyecto de investigación en Costa Rica, durante el mes de agosto de 1997, con la intención de conocer la experiencia turística de este país, basada en el desarrollo del agro y ecoturismo, con el propósito de trasladar alguna de estas opciones, para el incremento del turismo en el estado.

En 1996 los gobiernos federales, estatales y locales en México dedicaron mas de 31 miles de millones de pesos (\$4.3 mil millones de dólares) para proporcionar servicios a empresas de la industria y pagar los viajes de negocios de empleados del gobierno relacionados con el turismo. Esta cantidad representa el 14.3 por ciento del total de gastos de operación del gobierno, contribución que ha aumentado en forma importante desde la baja que tuvo a fines del 9.0 por ciento de los gastos totales del gobierno en 1980. Se espera que entre 1996 y 2006, los gastos gubernamentales en el sector permanezcan uniformes sobre una base relativa de 14.3 por ciento, pero que se incrementen a 26.9 por ciento en términos reales o sea \$212.7 miles de millones de pesos (\$9.4 mil millones de dólares).

La captación de divisas vía turismo, es uno de los objetivos más importantes del gobierno, por lo que implementa estrategias encaminadas a atraer segmentos de mercado extranjero. El impacto que tiene este renglón dentro de la balanza de pagos mexicana es muy considerable, participa con más del 10 por ciento en la cuenta corriente, la balanza turística siempre ha registrado un saldo positivo, en 1995 los ingresos por visitantes internacionales a México ascendieron a 6,164 millones de dólares, mientras que el egreso de visitantes mexicanos al extranjero alcanzó 3,154 millones de dólares, lo que arrojó un superavit de 3 mil millones de dólares.

La corriente de turismo receptivo siempre ha sido mayor a la corriente de turismo egresivo, de 7,784 a 4,051. En 1996 se registró un superavit en comercio exterior de 5.6 mil millones de dólares provenientes de los gastos efectuados por visitantes internacionales y de la venta en el extranjero de

mercancías relacionadas con la industria turística (exportaciones), por encima de la cantidad gastada por residentes mexicanos durante sus viajes al extranjero y la compra de mercancías relacionadas con la industria (importaciones).

Durante los últimos años, México ha experimentado incrementos y disminuciones en los empleos generados por la actividad turística, entre 1989 y 1991, el país experimentó una pérdida de aproximadamente 40 mil empleos, los cuales fueron recuperados e incrementados en 1992, obteniéndose 170 mil empleos. Posteriormente, entre 1994 y 1996 el empleo bajo de nuevo hasta un total de 2.2 millones. Para 2006, México espera agregar 1.1 millones de empleos para alcanzar un total de 3.3 millones de personas empleadas por la industria turística, lo que representará un aumento de casi 50 por ciento en el número de empleos. El turismo constituye el 10 por ciento de la fuerza laboral del país, proveyendo uno de cada diez empleos en México, incluye empleos en hoteles, restaurantes, aerolíneas y compañías arrendadoras de automóviles, así como de empleos en la construcción de hoteles y de centros de convenciones, la operación y administración de aeropuertos, seguridad y muchos otros.

La industria turística ha ganado importancia de manera constante en el país, en 1988 por ejemplo, sólo aportaba el 8.6 por ciento del total del PIB de México. En 1983 la contribución del PIB fue del 10.8 por ciento, mientras que para 1996 fue de un 11.8 por ciento y hacia 2006 se pronostica que la contribución alcanzará el 12.9 por ciento. Quizás lo más impresionante sea el hecho de que el PIB de esta industria en México continuó su crecimiento mientras que la contribución al PIB de su vecino del norte sufrió retrocesos, primero en 1992 y de nuevo entre 1994 y 1996, lo que indicaría que la industria turística de México está lejos de tener madurez y que de hecho se comporta más como los países de la región Asia-Pacífico que también están experimentando un crecimiento continuado y dramático.

En 1996 el PIB del sector, por el lado de la demanda se compone de un 9.5 por ciento de consumo personal un 14.7 por ciento de inversión total de capital, un 14.3 por ciento de gastos totales de gobierno y un 20.1 por ciento de exportaciones totales. Por el lado de la oferta se compone de 10.2 millones de dólares en remuneración a empleados, 3.0 mil millones de dólares en su superavit devengado, depreciación y subsidios.

Por lo general, la inversión de capital en el sector es un buen barómetro del panorama para el crecimiento de la industria durante los próximos años. Durante la próxima década el panorama se presenta relativamente uniforme pero nivelado con el crecimiento de inversión de capital total en México. Se pronostica que entre 1996 y 2006, la inversión de capital anual en la industria crecerá de 8.1 a 30.7 mil millones de dólares. Eliminando la inflación, demuestra un crecimiento real de 120.4 por ciento en la inversión de capital en turismo en México, el crecimiento en este rango coloca a nuestro país de forma sólida entre los países con más alto nivel de crecimiento en su estructura de capital en el sector.

En general, existen dos tipos de inversión de capital en la industria, la pública y la privada. La inversión pública de capital tiende a estar asociada con la construcción de aeropuertos, puertos, caminos, carreteras y centros de convenciones (infraestructura), mientras que la inversión privada de capital (comercial y personal) tiende a incluir aeronaves, hoteles y centros vacacionales, flotillas de automóviles, barcos, autobuses, etc. (superestructura).

Para el logro de la promesa de la industria turística respecto al desarrollo económico y la creación de empleos, el Gobierno Mexicano deberá considerar lo siguiente:

Hacer de la industria turística una prioridad estratégica para el desarrollo económico y el empleo

Reconocer la Contribución Económica de la Industria

La actividad turística esta altamente fragmentada y sus efectos económicos fluyen a través del espectro de las políticas relacionadas con empleos, transportación, construcción, comunicaciones, desarrollo regional, infraestructura, impuestos, comercio/exportaciones y el medio ambiente. En su totalidad la industria turística juega un papel primordial en el desarrollo económico y creación de empleos en México sin embargo, la industria turística no es tomada en cuenta de manera adecuada en las resoluciones de largo alcance de las políticas económicas. Esta industria ofrece un importe potencial para impulsar el crecimiento económico, inversión y comercio de exportación; es particularmente efectiva en el desarrollo de pequeños negocios y en la creación de empleos en áreas urbanas y rurales donde el desempleo estructural es más elevado.

Dirigirse hacia Mercados Abiertos y Competitivos

Liberalización de Mercados

Un sistema liberal de comercio internacional con mercados con libre circulación de mercancías y servicios puede ayudar al crecimiento de la industria. Un comercio en aumento fomenta los viajes de negocios y los de esparcimiento/placer se ven incrementados por la disponibilidad creciente de ingresos. El proteccionismo tiene el efecto contrario.

La exitosa conclusión de la Ronda Uruguay, dará en general, un impulso al comercio y el Acuerdo General de Comercio en Servicios (GATS) ofrece prospectos a nivel mundial para la liberalización de barreras a la industria

turística. Existe una fuerte necesidad de acción para implementar dichos acuerdos.

Al liberalizar el turismo, el único reto de mayor importancia es lograr regímenes de transportación aérea competitiva, la mayoría de los viajeros de negocios internacionales, así como un considerable y creciente número de personas en viajes de placer llegan por avión. virtualmente todo viaje intercontinental involucra esta modalidad.

Un tema al respecto es la necesidad de asegurar que los mercados de telecomunicaciones internacionales también sean liberados, debido a que a través de los circuitos de telecomunicaciones fluye un número creciente de operaciones de la actividad y virtualmente todas las operaciones de distribución y ventas. Cuando estas son controladas por un monopolio, existen restricciones en el acceso, altos costos y condiciones irrazonables para operar, lo que a su vez, limita el potencial para una expansión con orientación al mercado turístico, con impactos negativos en la economía nacional e internacional.

Mejoramiento de Promociones

Los desembolsos de visitantes extranjeros significan exportaciones y las mismas herramientas deberían estar disponibles para la promoción de exportaciones de la industria turística y para otras industrias exportadoras. México cuenta con productos de clase mundial para ofrecer a visitantes internacionales, incluyendo sus ciudades, sus atractivos naturales y artificiales y su patrimonio histórico, artístico y cultural.

El mercado global esta convirtiéndose cada vez más competitivo. Los principales países que reciben turismo -como Australia, Francia y España- han dedicado recursos y fondos gubernamentales cuantiosos para mejorar sus productos y su comercialización y han estimulado los fondos del sector privado con un fin similar. Recientemente Canadá reestructuró completamente su maquinaria promocional, creando una Comisión para el Turismo de primer nivel

dirigida hacia el sector privado, aprovechando el presupuesto federal para promociones y retando al sector privado a igualar el esfuerzo.

Buscar un Desarrollo Sustentable

Promover la Sustentabilidad

La actividad turística tiene la responsabilidad del movimiento, hospedaje, alimentación y diversión de cientos de millones de personas cada año. La fabricación de aeronaves, la construcción de hoteles y el desarrollo de infraestructura de viajes conforman las partes integrales de la operación. Al abrirse los mercados y al incrementarse los negocios, existe la responsabilidad de asegurar que el desarrollo proceda en armonía con el medio ambiente. Esta industria tiene aquí un interés clave: el medio ambiente es la esencia medular de su producto y deberá ser preservada para la sostenibilidad del negocio así como para los imperativos globales.

Con respecto a esto el Programa GREEN GLOBE (Globo Verde) del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, -respaldado por un número creciente de asociaciones de la industria turística- tiene como meta el desarrollo de una ética ambiental dentro de todos los aspectos de la industria, GREEN GLOBE ofrece un programa práctico de auto-perfeccionamiento ambiental a las compañías turísticas de cualquier tamaño, tipo o localización, echando mano de una base de datos global referente a prácticas óptimas y de una red mundial de asesores. El programa anima a las compañías para que entren a un ciclo continuo de asesoramiento-mejoramiento contando con una variedad de servicios de orientación y apoyo para ayudarlos a adaptar cultura y las prácticas corporativas.

Eliminar Barreras que Impidan el Crecimiento

Algunos aspectos de la eficiencia de operación de los mercados de la actividad turística, tienen un impacto tan importante en el crecimiento potencial que deberán ser tratadas como barreras para el desarrollo. Requieren de una respuesta estratégica deliberada si es que se requieren optimizar las capacidades de la industria turística para la creación de riqueza y de empleos. En algunas instancias, las restricciones son el resultado directo de acciones o de la inercia del gobierno; entre otras, sin embargo la industria interpreta un rol, sin embargo, en todos los casos se requiere de acción e inversión del sector público para su eliminación.

Expansión de la Infraestructura

En muchos países, la infraestructura de la industria turística enfrenta retos críticos de desarrollo, resultante de políticas de planeación y financiamiento inadecuados durante muchos años.

Particularmente, el sector de aerotransporte, en donde la ampliación de los aeropuertos y la modernización del sistema de control de tráfico aéreo (ATC) es de alta prioridad. Los actuales sistemas de ATC con base en tierra deberán cambiarse a navegación por satélite lo antes posible, para controlar los costos de operación, mejorar la seguridad y reducir el congestionamiento.

Otro problema básico de infraestructura surge al cruzar las fronteras internacionales, especialmente en los aeropuertos, con la perspectiva de que el número de viajeros se duplicará durante la década y con las presiones que existen sobre presupuestos y recursos espaciales, será cada vez más importante la aplicación de tecnología moderna automatizada y de procedimientos operativos para acelerar los trámites en las fronteras.

Imponer Gravámenes (Impuestos) de Manera Inteligente

Los "impuestos agregados" y las cuotas de usuarios están proliferando en los aeropuertos, en los boletos de avión, renta de autos, habitaciones de hotel y

comidas de restaurantes -exigibles por las autoridades locales, estatales y federales. Estos comprenden una de las áreas de costos de operación con crecimiento más rápido, y si no se les limita, pueden contribuir a que los costos totales de viaje se incrementen a niveles que depriman la demanda deteriorando así la competitividad internacional.

Los viajeros internacionales son exportaciones y se les debe tratar como otros productos de exportación que invariablemente gozan de exenciones y apoyo promocional, más bien que de impuestos adicionales.

Invertir en Recursos Humanos

Como una fuente principal de empleos en México, la industria turística debe estar a la vanguardia de las nuevas técnicas y tecnologías de educación y capacitación. La propia industria está invirtiendo cantidades sustanciales en programas de re-entrenamiento para el personal existente y en programas básicos de servicio para los de nuevo ingreso. Lo que se requiere es un énfasis mucho mayor en la educación pública y en los programas de carrera para los prospectos de empleos en el sector turismo, así como una coordinación más cercana entre los esquemas de sector público y privado.

Actualmente se vive una época que está señalada por el signo del cambio. México se enfrenta al reto de vivir y sobresalir a ese cambio, donde las organizaciones, las estructuras sociales, políticas, culturales y las condiciones económicas, transforman su manera de pensar, para llevarlas a un carácter más global.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte significa que México se ha convertido en un país de Norteamérica, preparado para tomar parte de los valores empresariales del occidente y participar en los mercados occidentales de capitales. México está logrando esta transición sin renunciar a su identidad latinoamericana, y servirá como interlocutor entre Norteamérica, América Central y América del Sur.

Aunque el TLCAN no elimine todas las barreras comerciales y no beneficie a la totalidad de los sectores de la economía en igual forma, en términos generales proporcionará ganancias para los integrantes del Tratado, pues incrementará la producción y el ingreso en los tres países.

El TLCAN es un instrumento para aumentar y hacer más fluidas las inversiones extranjeras, dados los requerimientos del modelo económico actual que se ha fundado en buena medida en las inversiones del exterior.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte representa un incremento de las actividades de negocios estadounidenses, canadienses y de otras compañías internacionales en México, lo que origina grandes beneficios al sector turismo en México. Este aumento en las actividades comerciales entre las tres naciones, deriva en una mayor demanda de cuartos de hotel y de nuevas rutas aéreas en todo el país y acelera el proceso de desarrollo de la infraestructura turística mexicana. Del mismo modo, el turismo es uno de los sectores más dinámicos de la economía mexicana y ofrece excelentes oportunidades para los inversionistas de todo el mundo.

El TLCAN ha generado la liberación de regulaciones gubernamentales sobre transportación terrestre, telecomunicaciones, construcción, importaciones de productos de consumo, licencias y servicios profesionales que alentarán el desarrollo turístico de México.

El sector podrá consolidar su imagen con calidad, alcanzar la competitividad con eficiencia y productividad, aunque esto no será fácil, tiene que haber profesionalismo, creatividad en marketing y desarrollo tecnológico.

Finalmente se señala, que sólo mediante la modernización y la capitalización de la empresas de este sector, se podrá lograr la productividad y competitividad adecuadas para hacer frente a la mayor presencia de inversiones extranjeras.

Con lo anterior se puede apreciar el dinamismo que tiene el turismo, obviamente en función de la demanda que se genera de servicios y la existencia de una oferta turística diversificada, acorde con los gustos y

capacidades del consumidor. De esta forma se manifiesta su sensibilidad a diversos aspectos exógenos, entre los que destacan los políticos y sociales, económicos, de legislación, infraestructura de comunicaciones y transportes, el progreso tecnológico, aprovechamiento y optimización de recursos e insumos, y aún los provocados por la propia naturaleza, así como la seguridad en los viajes.

En suma, la apertura comercial del Tratado de Libre Comercio y el proceso de desregulación y descentralización, se presentan con una serie de retos muy importantes para todos los mexicanos, bien sea gobierno, empresarios o trabajadores. Para salir adelante, no solamente más o menos bien librados, sino para maximizar las oportunidades que se presenten, se tendrá que trabajar duro, con mucho profesionalismo y mucha confianza. La meta que se puede contemplar al final del proceso es ver un México más fortalecido, más moderno, con mejor calidad de vida para sus habitantes y con un futuro más promisorio.

BIBLIOGRAFÍA

Y

HEMEROGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

ÁVILA Camacho, Manuel, VI Informe de Gobierno, Poder Ejecutivo Federal, México, 1946.

BROTHERS, Dwight S., Mexico's search for a new development strategy. Westview Press. Proceedings of a conference sponsored by The Ford Foundation and The Economic Growth Center of Yale University, USA, 1990.

CARMONA, Fernando, México y Latinoamérica 94. Una alternativa al neoliberalismo. Nuestro Tiempo, México, 1993.

GARCÍA Villa, Adolfo, Planificación y evaluación del turismo. LIMUSA, México, 1989.

GETINO, Octavio, Turismo y desarrollo en América Latina. LIMUSA, México, 1987.

GORMSEN, Erdan, El turismo como factor de desarrollo regional en México. Geographisches Institut der Johannes Gutenberg Universität, República Federal de Alemania.

GUAJARDO Bonavides, Miguel, Relatos y desarrollo del turismo en México. M. A. Porrúa, México, 1990.

IBARRA Benitez, Roberto, Metodología y análisis de la balanza de pagos. Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos, México, 1988.

IBARRA Yúnez, Alejandro, Los bloques comerciales y su impacto en México. Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, A.C., México, 1990.

- JIMÉNEZ**, Alfonso, Turismo, estructura y desarrollo. McGraw Hill, México, 1993.
- LÓPEZ** Rosado, Diego, El Turismo, el perfil de de México en 1980. Siglo XXI, México, 1990.
- LOYOLA** Alarcón, Antonio J., Desafíos de la economía mexicana. Análisis, perspectivas e implicaciones del desarrollo económico. ECASA, México, 1989.
- MORENO** Toscano, Octavio, Infraestructura bélica y turismo, Foro Internacional 45, El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, México, 1971.
- MORENO**, Toscano, Octavio, Turismo una interpretación. El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, México, 1969.
- OJEDA**, Mario, Alcances y límites de la política exterior de México. El Colegio de México, Centro de Estudios Internacionales, México, 1976.
- ORTIZ** Wadgyamar, Arturo, Introducción al comercio exterior de México: ¿proteccionismo o libre cambio?. Nuestro Tiempo, México, 1990.
- PEARCE**, Douglas, Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográfica. Trillas, México, 1988.
- PODER** Ejecutivo Federal, Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988. SPP, Subsecretaría de Planeación del Desarrollo, México, 1983.
- PODER** Ejecutivo Federal, Programa Nacional de Modernización del Turismo 1984-1988. México, 1984.

PODER Ejecutivo Federal, Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994. México, 1991.

PODER Ejecutivo Federal, Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000. México, 1995.

RUEDA, Gerardo, Términos de intercambio, balanza de pagos y un análisis de causalidad: el caso de México. Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos, México, 1987.

RUIZ Massieu, José Francisco, La saga del sol: la renovación turística en Guerrero, Acapulco, Taxco y Zihuatanejo. 3ra. edición, Gobierno del Estado de Guerrero, México, 1992.

SALINAS de Gortari, Carlos, Turismo. Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales, México, 1987.

SARDANETA Ramos, Jorge Alberto, Una evaluación de los instrumentos de política turística. Instituto Tecnológico Autónomo de México, México, 1985.

SEARA Vázquez, Modesto, Política Exterior de México. Trillas, México, 1989.

TORRES Gaytán, Ricardo, Teoría del comercio internacional. Siglo XXI, México, 1989.

WITKER, Jorge, Aspectos Jurídicos del TLC. Instituto de Investigaciones Jurídicas, Serie Y: Estudios de Derecho Económico, no. 22, UNAM, México, 1992.

HEMEROGRAFÍA

ALMANZA C., Jorge R., "El Nuevo Acuerdo Marco de Cooperación México-Comunidad Europea", *Comercio Internacional*, México, BANAMEX, Vol. 3, No. 2, junio de 1991, pp. 181-185.

BANCO NACIONAL DE MÉXICO, "México y el GATT hacia la Apertura de Nuestra Economía, en examen de la situación económica de México", *BANAMEX*, México, enero de 1986, pp. 3-5.

CONSEJO Mundial de Viajes y Turismo, "Impacto Económico de la Industria de Viajes y Turismo", *Resumen Ejecutivo*, México, WTTC, 1995, p. 1.

FLORES, Víctor Daniel, "El ingreso de México a la OCDE", *Comercio Exterior*, México, BANCOMEXT, Vol. 44, No. 6, junio de 1994, pp. 517-523.

FOSTER, Paul, "Task Force Tourism, Evaluación Económica y Financiera Ex-Post de los Centros Turísticos de Cancún, Ixtapa, Loreto, Los Cabos y Huatulco, México, FONATUR 1989", *Geographical Magazine*, Vol. 60, diciembre de 1988, pp. 25-30.

GIERMANSKY, James, "Transporte: elemento clave para el Acuerdo de Libre Comercio", *Comercio Internacional*, México, BANAMEX, Edición Especial, 1991, pp. 128-133.

GONZÁLEZ Cervantes, José de Jesús, "Nueva Estrategia de Comercialización", *INFONATUR*, México, FONATUR, abril de 1994, pp. 32-32.

GUILLÉN, Arturo, "Las relaciones de México con la Cuenca del Pacífico en el marco del TLC", *Comercio Exterior*, México, BANCOMEXT, Vol. 45, No. 7, julio de 1995, pp. 511-513.

HERNÁNDEZ, María Cristina, "México en el Comercio Internacional de los Servicios", *Comercio Internacional*, México, BANAMEX, Vol. 2, No. 4, diciembre de 1990, pp. 59-65.

MORENO Toscano, Octavio, "El Turismo como Factor Político en las Relaciones Internacionales", *Foro Internacional*, Vol. 12, No. 1, México, 1971, pp. 54-57.

OPALÍN, León, "Importancia de los transportes en el desarrollo del comercio internacional", *Comercio Internacional*, México, BANAMEX, Vol. 3, No. 2, junio de 1991, pp. 61-69.

PAIK, Yangsung, "La reacción de Asia frente al Tratado de Libre Comercio de América del Norte", *Comercio Exterior*, México, BANCOMEXT, Vol. 45, No. 7, julio de 1995, pp. 503-517.

QUEROL-CABRERA, Vicente, "La Liberación del Comercio Internacional: Reto de los Noventas", *Comercio Internacional*, México, BANAMEX, Vol. 3, No. 2, junio de 1991, pp. 69-72.

RAMÍREZ Blanco, Manuel, "El Turismo Nivelador de Nuestra Balanza", *El Economista Mexicano*, Vol. 6, No. 9, México, 1970, pp. 15-18.

RUBIO, Luis, "El Comercio Internacional Mexicano en los Servicios: Retos y Perspectivas", *Comercio Internacional*, México, BANAMEX, Vol. 2, No. 4, diciembre de 1989, pp. 11-19.

RUIZ Guillén, Víctor Hugo, "FONATUR: 20 años de trabajo cumplido", *INFONATUR*, México, FONATUR, abril de 1994, pp. 6-9.

SITUR, "SITUR's strategic chain of Marinas", *The Mexico of SITUR*, International Annual Publication, Grupo SITUR, January-December 1996, pp. 32-48.

SECOFI, "Tratado de Libre Comercio entre México, Canadá y Estados Unidos, resumen", *Comercio Exterior*, México, BANCOMEXT, Vol. 42, No. 9, septiembre de 1992, pp. 22-25.

SOLANA, Fernando, "La Estrategia Económica Mexicana y la Comunidad Económica Europea", *Comercio Internacional*, México, BANAMEX, Vol. 2, No. 1, marzo de 1990, pp. 5-6.

VÁSQUEZ, Thomas E., "Los efectos de un Acuerdo de Libre Comercio entre Estados Unidos y México", *Comercio Internacional*, México, BANAMEX, Edición Especial, 1991, pp. 142-148.

VÁZQUEZ Tercero, Héctor, "Las Exportaciones y el Cambio Estructural de la Economía Mexicana", *Comercio Internacional*, México, BANAMEX, Vol. 3, No. 3, septiembre de 1991, pp. 63-67.

VEGA Iñiguez, Rolando, "El Acuerdo Trilateral de Libre Comercio", *Comercio Internacional*, México, BANAMEX, Vol. 2, No. 4, diciembre de 1989, pp. 23-25.

WEBER, Graham, "Nueva etapa en las relaciones comerciales entre México y Canadá", *Comercio Internacional*, México, BANAMEX, Vol. 2, No. 2, junio de 1990, pp. 36-37.

OTROS DOCUMENTOS

INSTITUTO Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Banco Nacional de México Y Secretaría de Programación y Presupuesto, México, perfil de una nación. INEGI, BANAMEX y SPP, México, 1987.

PODER Ejecutivo Federal, Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988. SPP, Subsecretaría de Planeación del Desarrollo, México, 1983.

PODER Ejecutivo Federal, Programa Nacional de Modernización del Turismo 1984-1988. México, 1984.

PODER Ejecutivo Federal, Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994. México, 1991.

PODER Ejecutivo Federal, Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000. México, 1995.

SECRETARÍA de Fomento Turístico, Anuario Estadístico Turístico 1996, Gobierno del Estado de Guerrero, México, 1996.

SECRETARÍA de Fomento Turístico, Programa Estatal de Turismo, Gobierno del Estado de Guerrero, México, 1996.

SECRETARÍA de Fomento Turístico, Resumen de Informe de Labores 1996, Gobierno del Estado de Guerrero, México, 1996.

SECRETARÍA de Relaciones Exteriores, Legajo 53 (1929-1930), expediente 15, Archivo Histórico Diplomático, México, 1930.

SECRETARIA de Relaciones Exteriores, Textos de politica exterior No. 5 "Objetivos de la acción internacional de México en el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994". Secretaría de Relaciones Exteriores, 1989.

SECTUR, Estadísticas básicas del turismo, Secretaría de Turismo, México, 1990.

SECTUR, Informe de Labores 1982-1983. Secretaría de Turismo, México, 1983.

SECTUR, Informe de Labores 1983-1984. Secretaría de Turismo, México, 1984.

SECTUR, Informe de Labores 1984-1985. Secretaria de Turismo, México, 1985.

SECTUR, Informe de Labores 1985-1986. Secretaría de Turismo, México, 1986.

SECTUR, Informe de Labores 1986-1987. Secretaría de Turismo, México, 1987.

SECTUR, Informe de Labores 1987-1988. Secretaria de Turismo, México, 1988.

SECTUR, Informe de Labores 1989-1990. Secretaria de Turismo, México, 1990.

SECTUR, Informe de Labores 1990-1991. Secretaría de Turismo, México, 1991.

SECTUR, Informe de Labores 1991-1992. Secretaría de Turismo, México, 1992.

SECTUR, Informe de Labores 1992-1993. Secretaria de Turismo, México, 1993.

SECTUR, Informe de Labores 1993-1994. Secretaria de Turismo, México, 1994.

SECTUR, Informe de Labores 1994-1995. Secretaria de Turismo, México, 1995.

SENADO de la República, Foro Permanente de Información, Opinión y Diálogo sobre las Negociaciones del Tratado Trilateral del Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá. Senado de la República, México, 1991.

SENADO de la República, Tratados celebrados por México: Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Tomo XXXVI, Secretaría de Relaciones Exteriores, México, 1992.