

00422
60



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**TESIS CON
FALTA DE ORIGEN**

CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

**“EL TURISMO PASAPORTE AL DESARROLLO
SUSTENTABLE DE MÉXICO”**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS POLÍTICAS
Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
P R E S E N T A :
VÍCTOR MANUEL) MILLÁN NÚÑEZ

**COORDINADOR:
LIC. JORGE VALENCIA SANDOVAL**

MÉXICO

2003

7



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIAS.

A mi madre, Esperanza Núñez Elizondo

Por todos sus desvelos
y por sus oraciones, incluso por aquellas mas allá de su tiempo y
de su espacio, pero sobre todo por haberme formado y porque
la hubiese llenado de orgullo.

A Paty,

Por su amor a toda prueba, por su compañía
gratificante, por su lealtad absoluta, por que gracias a sus
gestiones y ardua labor, pude culminar este proyecto; también
por su fe en mi, pero sobre todo, por que ha sido mucho más que
el faro que me ilumino y me estimuló para regresar a esta
aventura llamada vida.

A mis hijos Víctor Manuel y Karen Elizabeth,

Por su amor y comprensión.

A mi padre y a mis hermanos todos,

Especialmente a mi maestro **David**, por su impulso incansable
para cumplir esta meta, pero sobre todo,
por ser espléndido en el regalo de su amistad, particularmente
con mis seres mas queridos, también por ser cabal, justo y
solidario, y como un público y sentido agradecimiento por su vital
presencia en los momentos mas aciagos de mi vida.

A Jorge Valencia,

Por su profesionalismo y porque
su asesoría y apoyo hicieron posible
la culminación del presente trabajo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
ANTECEDENTES.....	8
DIAGNOSTICO.....	14
OBJETIVO.....	19
CAPITULO I.....	20
Contexto Económico, Político y Social	20
Estadísticas del Turismo.....	21
Debilidades.....	26
Fortalezas.....	27
El Factor Petróleo.....	28
La Industria Maquiladora.....	34
CAPITULO II.....	37
Panorama Turístico Nacional e Internacional.....	37
Clasificación del Turismo.....	39
Transporte Aéreo.....	41
Red Carretera.....	43
Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006.....	45
Fondo Nacional de Fomento al Turismo.....	47
Consejo de Promoción Turística de México.....	49
CAPITULO III.....	56

Estrategias de Desarrollo y Reposicionamiento del Sector.....	56
El Papel del Estado.....	58
Objetivos Estratégicos.....	61
Alternativas Turísticas.....	62
Campos de Golf.....	66
CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES.....	70
BIBLIOGRAFÍA.....	78

INTRODUCCIÓN

"EL TURISMO PASAPORTE AL DESARROLLO SUSTENTABLE DE MÉXICO"

La modalidad de tesis que se desarrolla es un ensayo sobre la importancia estratégica que debería tener el turismo en México, como la opción para el desarrollo sustentable del país, que implicaría crear mas infraestructura en diversas regiones de la geografía nacional y fuentes de empleo en la enorme gama de industrias conexas al turismo. Aquí se enumerarán algunas de las diversas estrategias que se podrían implementar a efecto de que se coloque a este sector como una gran alternativa para el desarrollo nacional.

La razón para decidirme a desarrollar el tema sobre turismo, fue la intención de aprovechar en todo lo posible las experiencias obtenidas en las distintas áreas de la Administración Pública en donde he tenido oportunidad de servir durante cerca de quince años de actividad profesional, en dependencias como la UNAM, el Municipio de Ecatepec, el INFONAVIT, en Ferrocarriles Nacionales de México y, particularmente, mis experiencias en BMO (Baja Mantenimiento y Operación), Empresa Filial del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, ocupando en esta ultima, diversos puestos como: gerente de estudios y proyectos, gerente del campo de golf y gerente administrativo de la sucursal, en Loreto, B.C.S., y posteriormente, como coordinador de los campos de golf del FONATUR; y brevemente en el Consejo de Promoción Turística de México, como asesor en la Coordinación General de Administración, por lo que se incluirá un apartado breve, que se remitirá básicamente a la etapa de conformación de dicho Consejo, periodo en el cual colabore, ya que se considera que el mismo, pudiera tener una importancia relevante en la promoción del turismo en México. Actualmente me desempeño como asesor en la Delegación Norte del Municipio de Xalapa, Ver.

Toda vez que se desarrollará un ensayo analítico, no se planteara de manera expofesa una hipótesis, ya que se considera que las suposiciones son explicitas en el planteamiento del proyecto, lo que tratare de demostrar a lo largo del desarrollo capitular del mismo.

El texto se presenta en tres Capítulos, con el propósito de facilitar su lectura. Cabe observar que en mi carácter de egresado del área de Ciencias Políticas Y Administración Pública, pretendo realizar un análisis estadístico, descriptivo y también critico, complementado con información diversa y de actualidad, vinculada con el sector, en materia política y económica publicada en distintos medios, (incluyendo el Internet), toda vez que se considera indispensable contextualizar el tema en el escenario que hoy día enfrenta este sector a nivel nacional e internacional.

En el Primer Capítulo, se presenta el contexto histórico en materia económica, política y social del sector turístico, apoyado en las cifras estadísticas más relevantes, a efecto de que se tenga el marco de referencia que permita comparar los resultados que se han obtenido en México, con respecto a la evolución del turismo en los principales países líderes en la materia. También se incluyen las debilidades y fortalezas del turismo, así como información diversa sobre los antecedentes del petróleo, y su contexto mundial, a partir de la época de la bonanza petrolera en el país. Finalmente se incluyen algunos datos sobre las empresas maquiladoras, toda vez que esta, se ha posicionado como la primera industria generadora de divisas, relegando lamentablemente al sector turismo al tercer lugar como generador de divisas.

En el Segundo Capítulo, se analiza como la falta de estrategias planificadas ha incidido en un estancamiento del turismo en México, con respecto al resto del mundo; se presenta el panorama nacional e internacional y también la clasificación del turismo. Se incluyen consideraciones sobre el transporte aéreo, la red carretera y lo que al respecto señala el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006; finalmente, se presentan las principales funciones tanto del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), como del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), así como la integración, los objetivos la misión, la visión y las estrategias de este último, que permiten aclarar que ambos organismos no duplican funciones y que se complementan con las tareas que desarrolla la Secretaría de Turismo.

En el Tercer y último Capítulo, se presentan las estrategias para el reposicionamiento del sector, el papel del Estado, los objetivos estratégicos y las alternativas turísticas; comprende también un breve comparativo sobre los Campos de Golf en México y los Estados Unidos.

En ese contexto, se hará evidente el dilema que enfrenta México para definir el modelo turístico que deberá seguir en los próximos años, así como el papel que corresponde desempeñar al sector público, los retos por superar y las alternativas que se deberán adoptar.

Finalmente, se harán una serie de propuestas y consideraciones estratégicas para el mejor desarrollo del turismo, que contemplan el impulso de las principales políticas y acciones a seguir, vinculadas con la necesidad de incluir en los proyectos del sector al turismo de masas y la búsqueda de diversas alternativas de inversión en el sector. También se presentará el entorno que se genera en el marco de la globalización y de la interdependencia mundial; es decir, como se subordinan actualmente las decisiones de los Estados rectores y de toda la actividad económica y comercial a los intereses del gran capital, que comprende también acuerdos mundiales sobre aspectos ecológicos y de otros ordenes y una compleja lucha por captar los diversos segmentos del turismo mundial.

El desarrollo temático pretende hacer evidente que de no modificarse el rumbo, el modelo adoptado corre el riesgo de quedarse rezagado en la competencia

mundial, limitando las opciones de crecimiento económico nacional a industrias inestables o en crisis recurrentes como las maquiladoras y el petróleo, que en el 2001 mostraron signos preocupantes y tendencias a la baja que afectaron las fuentes de empleo, por lo que se hará evidente la necesidad de replantear las estrategias de desarrollo turístico en México, modificando el marco legal y ampliando los nichos de inversión para elevar las expectativas turísticas para su reposicionamiento y mejor desarrollo.

ANTECEDENTES

Al final de la década de los años sesentas, se inició la etapa de estudio de los Centros Integralmente Planeados, (CIPS), como "polos de desarrollo" a cargo del Banco de México, con lo que se ponía en marcha el esfuerzo mas importante de planificación turística en la historia de México.

Las condiciones internas y externas estaban dadas para iniciar un fuerte impulso a la inversión en turismo; existían los órganos de financiamiento internacionales, Banco Mundial (BM) y Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y se concebía la necesidad de buscar un mayor desarrollo mediante actividades productivas que generaran empleo y reforzaran al sector externo de la economía.

Los argumentos mas importantes para el desarrollo de los CIPS, se manifestaban, a partir de ese momento, en citas constantes en el discurso político sobre el turismo: Beneficios derivados de la generación de divisas, empleo y desarrollo regional. Sin embargo, el peso de las divisas, seguía siendo preponderante en las decisiones de la política nacional, tanto por la necesidad de "seguir importando" industrialización y modernidad, como por las presiones de crecimiento del endeudamiento público. De esta manera, fue el Banco de México y no el recién creado Departamento de Turismo, quien se encargo de la planeación de los CIPS, confiriéndoles un carácter predominantemente económico, orientado a la búsqueda de divisas y marginando otros factores económicos, sociales y políticos como el empleo y el desarrollo regional.

El periodo comprendido entre 1974 y 1986, es determinante para el desarrollo del turismo nacional. Por una parte, la apertura de los CIPS y la consolidación del crecimiento de los centros turísticos de playa, determina las condiciones de la infraestructura y la forma de operación del sistema turístico, hasta la actualidad. Sin embargo, también se observan una serie de problemas sociales y ambientales, mismos que culminaron con la crisis del modelo.

México se había declarado un país de economía mixta; el Estado tenía responsabilidades directas para con la sociedad y también era responsable de invertir de manera directa en la ejecución de proyectos prioritarios y/o estratégicos; los postulados de la economía mixta de la época sostenían que la inversión pública era indicativa de la inversión privada.

La década de los setentas es una etapa de bonanza económica para México, que se basó en el boom petrolero mexicano, que sucedió a consecuencia de la crisis provocada, en gran medida, por los conflictos en el Medio Oriente y las reivindicaciones de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP). En menos de diez años México duplico su producción de petróleo e incrementó de forma importante la deuda externa. El gobierno dio prioridad a la inversión en la

industria petrolera e instrumentó diversos programas de bienestar social. Fue también una etapa en la que se instrumentó el marco legal para la creación de Fideicomisos.

Es en este período en el que se consolidó el patrón de operación del sistema turístico mexicano que, hasta la fecha, orienta en gran medida la política de desarrollo turístico a partir de los siguientes factores y eventos:

El FONATUR, se creó en 1974, fusionando a INFRATUR (infraestructura para el turismo), constituido para el desarrollo físico y la planeación a finales de los sesenta; y a FOGATUR, (fondo de garantía para el turismo), creado para el financiamiento turístico a mediados de los años cincuenta¹, con un papel relevante en el impulso a la actividad turística, principalmente a la industria hotelera. El sector privado, fundamentalmente del ramo hotelero, se sumó al esfuerzo del desarrollo turístico a partir de las condiciones crediticias que se instrumentaron para su impulso. En ese contexto, el Estado asumió la responsabilidad de la ejecución con la inversión directa para el desarrollo de los destinos seleccionados y el sector privado aprovechó la opción de obtener rendimientos financieros derivados de ese crecimiento. Ya en los años ochentas y a pesar de la crisis, la inversión privada fluyó ampliamente hacia Cancún, aunque no duraría mucho en el marco de la crisis financiera del momento en el país. Algunos de los principales factores que incidieron en el agotamiento y culminación del modelo de enclave fueron:

Los años setentas y ochentas se caracterizaron por el aumento de inflación, el desempleo y la caída de la producción. Dichos problemas afectaron tanto a los países industrializados como a los subdesarrollados. Estos últimos, incluyendo a México, habían aumentado considerablemente su endeudamiento externo en su proceso de industrialización.

El derrumbe del precio del petróleo a principios de los años ochentas, como se verá posteriormente, complicó las posibilidades de México para hacer frente a los compromisos que el país había adquirido con base en las proyecciones sustentadas en el alto precio del petróleo de la década anterior. La importación de alimentos había crecido tanto por el aumento de la población como por el deterioro de la producción agrícola y ganadera. Las exportaciones no crecieron al mismo ritmo que las importaciones y con ello, multitud de empresas quebraron, provocando despidos de trabajadores y aumentando el desempleo. El peso se devaluó, la inseguridad económica provocó la fuga de capitales y en poco tiempo la deuda externa se triplicó. Estos altibajos han tenido, hasta la fecha, un impacto de largo plazo en detrimento del desarrollo nacional.

La creciente estratificación de la población y la masificación de la información a partir de los avances tecnológicos en las áreas de telecomunicaciones, tales como el fax, el video y la televisión satelital, que se desarrollan en ese periodo, son los

¹Cuenta Satélite del Turismo en México, SECTUR-INEGI

principales instrumentos que influyeron en nuevos modelos de concebir el mundo moderno²

Los tour operadores o mayoristas (TO), que surgieron sobre todo en Europa y rápidamente se desarrollaron en los Estados Unidos (EU), se convirtieron en un medio efectivo de comercialización. Los TO hicieron posible ofrecer en una sola acción de compra-venta, los principales servicios para un viaje: Avión, hotel y en algunos casos alimentos, renta de autos y otros servicios adicionales. A través de esta figura, los dos mas importantes actores se vinculan y consolidan para aprovechar un mercado turístico en rápido crecimiento.

Hasta el inicio de los años 80, el motor impulsor de la actividad turística era el Estado y sus políticas de inversión y facilitación, tales como el desarrollo de infraestructura en nuevos centros turísticos u otras localidades, otorgamiento de créditos y un marco regulatorio propicio.

Con la crisis y las presiones internacionales de ese tiempo, se inicia un proceso de redimensionamiento del sector público en las actividades económicas en las que, obviamente, el turismo estaba incluido.

Las restricciones impuestas por el Fondo Monetario Internacional (FMI), a las actividades gubernamentales tuvieron una gran repercusión en el sector público, sobre todo en las áreas de planificación. La racionalidad y reducción del gasto afectó muchas de las actividades que en ese momento se planteaban como importantes para el análisis y seguimiento de las actividades turísticas del país.

Es en ese contexto que Hualtulco y Loreto se convertirían en los últimos centros turísticos integralmente planeados por el Estado, donde se realizaría inversión directa en infraestructura y en hotelería, (aunque cabe observar que en Loreto, FONATUR recientemente realizó una importante coinversión en la construcción de un Hotel de cinco estrellas). A partir de ese entonces, se inicia una activa campaña de desincorporación de activos, que continua hasta la fecha, lo cual se vera mas adelante.

La iniciativa privada, por su parte, que había conformado sus negocios con una base importante en los manejos financieros, se encontró con un contexto de limitación de crédito y paulatinamente FONATUR iniciaba modificaciones para en durecer los términos de dichos créditos. No obstante lo cual, el Director General del organismo, Edward John McCarthy Sandland, recientemente declaro que: "el Fondo, pretende desarrollar una rama de apoyo, a través de financiamiento por medio de créditos, y pretendemos tener acceso al crédito para la industria turística en general, como hoteles y restaurantes". Dijo que la reforma fiscal provocó que se asignara 50% del Derecho de no Inmigrado, para que el país crezca de 500

²Cárdenas Hernández José, Las telecomunicaciones en el desarrollo de México, grupo Azabache, SCT, 1990.

millones a 800 millones de pesos en gasto a promoción, que permitirá competir frente a países con un perfil turístico fuerte, como España.”³

Para la década de los setenta, Cancún crea una imagen de mejores posibilidades de empleo que lo convierte en un foco de atracción laboral, en especial para la población rural de la península, con lo que se genera una migración masiva que rebasa cualquier previsión de crecimiento contemplada por FONATUR.⁴

Para entonces, mas del 50% de la población provenía de la península de Yucatán, y el 12% del Distrito Federal. Ambos grupos tuvieron serios problemas de inserción laboral lo que significo el inicio del desequilibrio social, reflejo de la estratificación del uso del suelo. Del total de personas que emigraron a Cancún, solo el 1.2% de los jefes de familia había trabajado en actividades relacionadas con la prestación de servicios turísticos y únicamente el 2.5% consiguió empleo en el sector.

En plena bonanza de crecimiento las características del desarrollo turístico urbano aplicado por FONATUR en los nuevos destinos costeros, se convirtieron en un modelo de aplicación general en todo el país e incluso en el extranjero, cuyas consecuencias tenían una muy poca diferenciación entre los destinos y una alta posibilidad de sustitución de los mismos, lo que provoco una gran competencia entre los destinos turísticos de playa del país, que se puso de manifiesto después de que Cancún, que se había convertido en el ejemplo mas exitoso de los CIPS, y que había logrado muy favorables condiciones de precio, tuvo que reducir sus tarifas hoteleras debido a la sobreoferta. Esta situación se agudizó por el impacto del huracán Gilberto en 1984, que lo puso en crisis de sobrevivencia y provoco que todos los centros turísticos de playa del país tuvieran que reducir sus tarifas ante los operadores turísticos extranjeros.

Etapa de Transición:

En esa etapa, se inicio una época de cambios en los que se cuestiona y ajusta la estrategia de desarrollo económico, apoyada en la explotación petrolera que siguieron los distintos gobiernos, fundamentalmente a partir del sexenio de José López Portillo (1976-1982), con el descubrimiento de grandes yacimientos petroleros en el sureste del país, que privilegió la explotación de este bien, significando que este recurso no renovable se constituyera, durante muchos años, en la primera fuente de divisas para el país, ya que, las empresas maquiladoras son hoy día, la principal fuente de divisas para el país.

³ Diario AZ, Oved Contreras, Veracruz, Ver. 23 de enero de 2002, Pág. 7A

⁴ García de Fuentes Ana. Cancún: Turismo y Subdesarrollo Regional, Serie Cuadernos, UNAM, 1979, Pág. 104-108.

Las nuevas condiciones que impone a México la globalización, implican definir los nuevos papeles y las orientaciones de las políticas públicas y privadas, en todas las esferas de la producción, incluyendo al turismo, que se ha convertido en uno de los fenómenos económicos de mayor trascendencia a nivel mundial.

Actualmente, el turismo está considerado como el sector de actividades productivas con mayores virtudes, tanto por su potencialidad para generar divisas, como por la creación de empleos y la posibilidad de incorporar al desarrollo a grandes regiones rezagadas. Asimismo, porque posibilita una mayor y mejor interrelación con el resto del mundo. No obstante las enormes ventajas que presenta, fundamentalmente para un país como México, que cuenta con una gama amplísima de recursos turísticos de todo tipo, quizás muy por encima de otros países que, pese a no contar con los atractivos diversos que aquí se tienen, presentan ingresos anuales por captación de divisas muy superiores a los obtenidos en el país. Es el caso, entre otros, de España, Francia, Polonia y China o, en menor medida, Cuba, (que apenas en 1991, tenía a la producción de azúcar como su principal fuente de divisas, con 2,259 millones de dólares, y al turismo con 402 millones de dólares; para el año 2000 prácticamente invirtió la proporción y obtuvo 450 mdd por azúcar, por 2,663 mdd por turismo)⁵. Si consideramos que esos ingresos representan alrededor de la tercera parte de los ingresos que en el mismo año se obtuvieron en el país, quizás no sea revelador el dato, sin embargo, lo preocupante es la diferencia abismal en la calidad y en la infraestructura turística con que se cuenta en cada país, (considerando, desde luego las limitaciones de la isla por el bloque económico de los EU, por más de cuarenta años), lo que habla también del ingreso por turista tan bajo que se tiene en México, con respecto a otros países, cuyas cifras se puntualizarán más adelante.

En México son diversos los factores que han incidido para que el sector no obtenga los resultados que debiera, en los que también destaca la falta de continuidad; por ejemplo, se puede mencionar que, en los dos últimos sexenios, (1988-1994 y 1994-2000), hubo seis secretarios de Turismo; es decir, un promedio de un titular distinto cada dos años; a saber: Carlos Hank González, Pedro Joaquín Codwell y Jesús Silva Herzog, durante el sexenio Salinista, y Silvia Hernández, Oscar Espinosa Villareal y, luego de la abrupta salida de éste a Nicaragua, quedo como encargado de despacho Héctor Flores Santana.

Sirva lo anterior para observar que, en ocasiones, las decisiones que se han adoptado en materia turística, han tenido como constante, la improvisación de titulares del ramo, ilustrada esta también, por la designación de secretarios con perfiles ajenos al sector, lo que ha generado falta de visión y de continuidad de políticas y proyectos de largo plazo, que han contribuido a limitar el desarrollo del país en el sector, para reposicionarlo no solo en la recepción de turistas, como ya lo está, sino fundamentalmente en la captación de divisas.

⁵ Comisión Económica para América Latina (CEPAL), basada en datos y proyecciones del Ministerio de Turismo de Cuba y el Anuario Estadístico de Cuba.

El entorno económico, político y social del final de la década de los ochentas y durante los noventas, se caracterizó por cambios importantes en términos de las relaciones internacionales que perfilan un contexto que muy probablemente seguirá evolucionando en los próximos años.

El no modificar las estrategias pudiera implicar quedar al margen del progreso y perder la gran oportunidad de situar al turismo como una alternativa viable de desarrollo para el país. De ahí el título propuesto: **"EL TURISMO PASAPORTE AL DESARROLLO SUSTENTABLE DE MÉXICO"**.

DIAGNOSTICO

A partir del modelo turístico seguido en México, y con la apertura de nuevos destinos, de acuerdo a los datos estadísticos de la Secretaría de Turismo, (SECTUR) y del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e informática, (INEGI), a mediados de los años setentas y ochentas, se intensificó el movimiento turístico, que incluyó un aumento en las llegadas internacionales; sin embargo, y no obstante que el modelo funcionó durante ese periodo, actualmente es obsoleto, de acuerdo con las tendencias mundiales que han seguido los países desarrollados y debido también a una enorme competencia mundial. Existen algunos datos que corroboran el rezago del sector; de acuerdo con estadísticas que realizó la Organización Mundial de Turismo (OMT), en los últimos años, la participación de México en los ingresos por turismo del mundo ha sido menor que su participación en el número de llegadas. El gasto promedio por turista en México, es menor que en otros países turísticos a nivel mundial. Aunque en 1990 y 1996 disminuyó la diferencia entre el número de llegadas e ingresos por turismo, se percibe que la diferencia está disminuyendo. Se hace evidente que la participación de México tiende a decrecer tanto en llegadas como en ingresos. En los años de 1997 a 1999, la llegada de turistas internacionales a México se situó abajo del nivel de los 20 millones de personas, mientras que en el año de 1996 se había llegado prácticamente a 21.5 millones de visitantes.⁶

México siguió la tendencia internacional que se consolidó después de la segunda guerra mundial, de dar prioridad al desarrollo de un turismo de masas, centrado esencialmente en los atractivos de playa, con un crecimiento sostenido de las actividades turísticas, una captación de divisas sin precedentes y una generación de empleos apreciable que sirvió para consolidar el modelo industrial de sustitución de importaciones, así como un aporte sensible al desarrollo de regiones rezagadas.

Las características principales de las primeras etapas de desarrollo del modelo turístico seguido en México son las que predominaron a lo largo de las siguientes décadas. Por otro lado, la mayor parte de los países exitosos a través del turismo, respaldan su modelo turístico en un equilibrio entre el turismo nacional e internacional. Ello no ocurrió así en México, ya que al inicio del modelo en los años cincuenta, no existía una clase media con los recursos suficientes para sostener el modelo turístico, aunque ésta, se fue construyendo progresivamente en la medida de la expansión de la economía mexicana. Finalmente, la apertura del modelo turístico mexicano a la economía mundial se aceleró a partir de 1986, con claros efectos positivos, sin que por ello se cambiasen las mentalidades en forma paralela. En síntesis, quizá el aspecto más relevante que debe ser señalado, es que la forma de concebir el turismo en México, merece un cambio importante en los conceptos, "la forma es fondo", (dixit: Jesús Reyes Heróles), y los tiempos de

⁶ Compendio Estadístico del Turismo en México, Secretaría de Turismo, 1999

actuar, tanto de los legisladores, para crear el marco normativo acorde a la situación y la competencia mundial, como en el papel del Estado y la regulación en la materia, así como en su misión como promotor de las inversiones y, finalmente de los empresarios con un papel mas agresivo y decidido para posicionar a México como un destino atractivo y exitoso mundialmente, que se refleje en una mejora considerable de la atracción de turismo con calidad y consecuentemente, en la captación de divisas. No basta que México sea el principal receptor de inversión extranjera en América Latina, como recientemente lo declaró el secretario ejecutivo de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), José Antonio Ocampo, quien dijo que nuestro país destacó en Latinoamérica porque muchas de sus actividades relacionadas con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), están ausentes en la región.⁷ Aquí la cuestión es plantearse que tan competitivo se pretende hacer al país, compitiendo en la materia con las potencias del primer mundo, ya que es claro que el contexto internacional del turismo se ha modificado radicalmente a partir de los años ochentas, en buena medida por la creciente globalización de las economías desarrolladas y el esfuerzo de los países emergentes para insertarse en la nueva economía mundial, pero también por una modificación progresiva de los patrones de comportamiento y las expectativas de la demanda.

El momento actual es de grandes cambios en la vida de las sociedades, las tecnologías han evolucionado en forma considerable, los sistemas políticos del mundo entero pasan por profundas reestructuraciones y las economías tienden a buscar nuevos derroteros, tanto en la expansión de la participación en el sistema mundial, como en la determinación de pautas de reorganización de la producción para el mercado interno.

Si bien los logros del turismo son sustanciales, también se debe mencionar que se han presentado cuellos de botella, errores de orientación estratégica, falta de planeación a largo plazo y, en general, un insuficiente aprovechamiento de todas las bondades que ofrece el turismo para el desarrollo de México. Por ello, se considera que están dadas las condiciones para reevaluar y analizar los resultados, para proponer nuevas orientaciones para reimpulsar al turismo y lograr una etapa de desarrollo altamente competitivo sobre bases consolidadas.

En 1982 México enfrentó momentos difíciles en el manejo de la deuda externa; en muy pocos años, ésta se elevó dramáticamente y se constituyó en una amenaza real de la viabilidad económica del país. En 1994 volvió a hacer su aparición como factor de riesgo, como resultado del pago de los tesobonos y claro, de la fuga de capitales, y hoy día, sigue siendo un dren importantísimo para la economía nacional. En la practica, las medidas que se empezaron a tomar desde los años ochentas fueron insuficientes, de tal suerte que afectaron al modelo turístico, el cual hoy muestra signos de anacronismo.

⁷ Milenio Diario, Secc. Negocios, 14 de enero de 2002, Pág. 29

En primer lugar, se considera que después de ese período, se siguió manejando que la captación de divisas era la función esencial del turismo en el modelo de desarrollo nacional. Por otro lado, se privilegió al sector externo, es decir al turismo proveniente del exterior por sobre el nacional y finalmente, se dejó de lado el avance y las estrategias que adoptó el sector en diversos países. Es decir, que se ha impedido, entre otras causas, por falta de capacidad de cabildeo, modificar el marco normativo y jurídico que permita hacer mas competitivo el sector a nivel mundial.

En el periodo conocido como "Desarrollismo"⁸, México siguió la tendencia mundial que se consolidó después de la segunda guerra mundial; la economía de México siguió expandiéndose impulsada por un turismo prospero, un programa consciente de sustitución de importaciones y un flujo de capitales y apoyo técnico extranjero. En este periodo, el gobierno mexicano empezó a aceptar en forma todavía mas abierta la responsabilidad de racionar los escasos recursos de crédito y divisas extranjeras. Su política de manejo del crédito exterior se hizo aun mas agresiva y se intensificó el desarrollo de energía, transportes y comunicaciones para uso de la agricultura y la industria."

El desarrollo del turismo de playa se vio acompañado de un apoyo sustancial a este tipo de inversión; sin embargo, actualmente es indispensable hacer una modificación de las políticas y las estrategias tradicionales y una revisión exhaustiva del modelo seguido, y analizar también si no se privilegió desproporcionadamente al turismo externo por sobre el interno.

El crecimiento de mercados de Europa, Canadá y América Latina, ha sido benéfico para el país, aunque se han presentado periodos en los que la participación de estos ha sido variable de manera importante. Ello implica que se deberán enfocar las nuevas estrategias de comercialización del mercado mexicano a esas regiones. Si mundialmente ha habido un incremento considerable de oferta de playa, México deberá orientar sus programas a desarrollar otras opciones turísticas, como impulsar decididamente el segmento de turismo Arqueológico, el proyecto del Mundo Maya, las Ciudades Coloniales, la Frontera Norte y fundamentalmente, la multiplicación de Campos de Golf y la autorización para la operación de Casinos.

Por otro lado, se debe destacar que México es uno de los cinco países con mayor diversidad biológica del mundo, en su geografía tienen cabida nueve de los once ecosistemas hasta hoy reconocidos; tiene 11 mil kilómetros de litoral y el Golfo de California concentra el 35% de los mamíferos marinos del mundo. Adicionalmente, tiene montañas, volcanes, lagos, ríos, cascadas, selvas tropicales, bosques templados, desiertos, pantanos etc.⁹

⁸ Vernon, Raymond, El dilema del desarrollo económico de México, Pág. 196.

⁹ www.intermundo.com.mx

Por ello, se ha integrado un Grupo Interinstitucional para el Turismo Sustentable, conformado por la Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP), el Instituto Nacional de Ecología y la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), con lo cual se busca establecer las bases de la sustentabilidad futura de nuestro país en materia turística.

La experiencia confirma que destinos exitosos han sucumbido en la medida en que el número y actividades de los visitantes y de la industria turística afectan negativamente al ambiente de las zonas. Por ello, el grupo referido se ha comprometido con el diseño de un conjunto de directrices indicativas e instrumentos estratégicos de cobertura nacional que permitan promover e impulsar, desde el punto de vista de la oferta y de la demanda, un turismo consciente, responsable y respetuoso del ambiente, que incorpore a las comunidades locales al desarrollo y fomenta entre los empresarios la idea de que la sustentabilidad otorga economías y ganancias por la aplicación de sistemas ecoeficientes.

La SECTUR ha dividido al turismo alternativo en tres segmentos: De Aventura, que consiste en viajes con actividades recreativas y deportivas de riesgo, (como el parapente); Ecoturismo en actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza, (por ejemplo, observación de la flora y fauna o de fósiles), y Rural, es decir, la convivencia e interacción con comunidades rurales, como el etnoturismo. Los tres pueden practicarse en casi todos los Estados de la República.

De acuerdo a la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, en su artículo 3º, se define al "Desarrollo Sustentable", como el proceso evaluable mediante criterios e indicadores de carácter ambiental, económico y social que tiende a mejorar la calidad de vida y la productividad de las personas, que se funda en medidas apropiadas de preservación del equilibrio ecológico, protección del ambiente y aprovechamiento de recursos naturales, de manera que no se comprometa la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras. Asimismo, define al desarrollo turístico sustentable como: "La actividad turística, que satisface las necesidades actuales y futuras de los turistas, comunidades locales y prestadores de servicios, a través de la integración de los procesos económicos, sociales y naturales, asegurando la conservación de la biodiversidad, la integración cultural y el beneficio socioeconómico de la región". También define al turismo alternativo como: "Las actividades turísticas que se basan en el interés de realizar un viaje especialmente en contacto con la naturaleza al aire libre y en zonas rurales y se desarrollan bajo los criterios de la sustentabilidad con un interés común; conocer, respetar, disfrutar, cuidar y conservar los recursos naturales y culturales".

Esa propuesta, se basa en la necesidad de aprovechar apropiadamente los recursos naturales con el propósito de favorecer la continuidad de la sociedad. Por otro lado, busca formas de distribuir de forma equitativa los beneficios del desarrollo, de manera que se eleve la calidad de vida de la población, especialmente de los sectores mas pobres. En síntesis, el Desarrollo Sustentable es una necesidad presente con visión a futuro que apunta a construir una dinámica ambiental mas racional y duradera. Es decir, la sustentabilidad es una forma de lograr un desarrollo mas humano, equitativo y duradero de la sociedad y el turismo es un sector creador de riqueza con un alto potencial de contribución a este paradigma del desarrollo¹⁰.

La SECTUR, conjuntamente con la SEMARNAP, así como con la CONABIO, elaboraron un documento denominado "Medio Ambiente y Turismo" que presenta los diversos instrumentos de política ambiental vigentes y que coadyuvan en el transito hacia la sustentabilidad de la actividad turística.

¹⁰ Centro de Estudios Superiores en Turismo, SECTUR

OBJETIVO

Demostrar que la forma de hacer turismo en el país, requiere de una transformación importante, no solo en la concepción de todos los aspectos y actores que comprende el sector, sino fundamentalmente, en el papel que debe desempeñar el Estado, como es la adopción de estrategias acordes a los requerimientos actuales del turismo internacional, así como promover una coordinación auténtica de trabajo para orientar los objetivos y acciones de las instituciones públicas y privadas en México, que coadyuven al reposicionamiento mundial del sector.

CAPITULO I

CONTEXTO ECONÓMICO, POLÍTICO Y SOCIAL

La década de los años sesenta, esta considerada como la del boom del turismo mundial y del turismo masivo a México, la mayoría de ellos, de origen estadounidense y en menor medida los europeos, siendo las playas el principal destino.

No obstante la crisis financiera de la época, fluyó al destino también la inversión privada, con el respaldo de las condiciones crediticias que había. El impulso al turismo privilegió la urbanización y la creación de infraestructura, principalmente hotelera y aeroportuaria, que fueron la base del crecimiento turístico nacional, con gran intervención del Estado.

La apertura de nuevos destinos turísticos en México, a mediados de los años setentas y ochentas, intensificó el crecimiento del sector, observándose incluso un incremento en las llegadas internacionales. Esta tendencia se presentó también en la primera mitad de los noventas, sin embargo, en los últimos años se aprecia una tendencia a la baja y esto corresponde, desde luego, a que cada día es mas competida la actividad turística en el mundo y cada vez es mayor la oferta, debido a la incorporación de nuevos nichos turísticos al mercado mundial.

El período comprendido de 1975 a 1985 fue la etapa que se consideró determinante para el modelo de desarrollo seguido. A ello contribuyó, desde luego, la creación de los CIPS y la consolidación de los centros turísticos de playa, para definir las formas que se siguieron para el crecimiento y las limitaciones del turismo. El rápido desarrollo de las rutas aéreas se ve acompañado de la construcción de hoteles y la incorporación de mano de obra semi calificada; el gobierno federal amplía su participación directa en la construcción y en la tenencia de empresas turísticas y el grueso de la inversión, principalmente pública y del exterior, se canalizó hacia las cadenas hoteleras y a las líneas aéreas.

En cuanto al enfoque de mercado, se dio prioridad casi absoluta a la dinámica del turismo internacional —especialmente norteamericano— que da como resultado la dependencia de este nicho y por tanto, de sus agentes, (cadenas hoteleras, mayoristas y líneas aéreas), restando importancia al turismo nacional, cuyo impacto en el empleo, la distribución del ingreso y el desarrollo regional son decididamente mas significativos que el primero, en términos de su participación total en el país.

ESTADÍSTICAS DEL TURISMO:

El turismo es la actividad económica más grande y de mayor dinamismo en el mundo, ya que representa aproximadamente el 11 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB), y genera uno de cada 11 empleos.

Entre los datos correspondientes a 1996 y publicados en 1999, destaca que el turismo contribuyó al 8.2% del PIB nacional y al 6% del personal ocupado del país. Las cifras anteriores evidencian que las contribuciones que hace el turismo al desarrollo nacional van mas allá de la simple captación de divisas.

La Organización Mundial de Turismo (OMT), señala que en 1950, se registraron 25 millones de llegadas en todo el mundo. Y en el año 2000, se efectuaron alrededor de 700 millones de movimientos turísticos. Se estima que del año 2000 al 2020, el sector crecerá a una tasa del 6.7 por ciento anual, lo que significa que podrían pasar de 613 millones de turistas, que actualmente viajan en el mundo, a mil 600 millones, con una derrama económica que se incrementaría de 448 mil millones, a dos billones de dólares. Las mismas estadísticas señalan que durante 1998 se recibieron en el país 19.8 millones de turistas internacionales, ocupando el séptimo lugar en el ámbito mundial, y se captaron 7 mil 897 millones de dólares, que ubicaron a México en el décimo cuarto lugar mundial. Es evidente el desequilibrio que existe entre los niveles de captación de turistas y los ingresos que dejan en el país. Sin embargo, se debe señalar que México es el único país de Latinoamérica que se ubica dentro de los veinte países receptores de turistas internacionales.

De acuerdo con las cifras que emite la Cuenta Satélite del Turismo en México, (CSTM), a través de la participación de la SECTUR y el INEGI, se estimó que durante el periodo 1993-1998, la participación del sector turismo en el PIB total es de 8.3% en promedio, y contribuyó con el 6.0% de las ocupaciones remuneradas en promedio del país. De 1997 a 1998 el personal ocupado en el sector turismo creció 4.1%, porcentaje similar al observado a nivel nacional. En 1999, el PIB alcanzó un incremento del orden de 1.8% en términos reales con relación al año anterior, en tanto que el número de ocupaciones lo hizo en 1.5% en el periodo de referencia.

A un nivel mas desagregado, el PIB turístico se integra de la siguiente manera: 26.5% corresponde a transporte, 25.0% a restaurantes y bares, 12.0% a establecimientos de alojamiento, 13.3% a comercio, 12.0% a artesanías y 11.2% a servicios recreativos de administración y promoción turística. Asimismo, el 70.5% de la demanda de bienes y servicios fue generada por el sector doméstico, el 17.7% por el turismo receptivo y el 11.8% restante correspondió al turismo egresivo.

En 1998, en función de sus ingresos por turismo, Estados Unidos se ubicó en primer lugar en el mundo con 72,240 millones de dólares (mdd). Le siguieron Italia con 30,427, Francia con 29,700, España con 29,585, Reino Unido con 21,295,

Alemania con 16,840, China con 12,500, Austria con 12,164, Canadá con 9,133, Australia con 8,575, Polonia con 8,400, Turquía con 8,300, y Suiza con 8,208 mdd¹¹.

Por lo que hace al gasto de los turistas en los destinos del mundo, se debe mencionar que México ha tenido un gasto medio inferior a la mayoría de los principales destinos del mundo. En América del Norte el gasto promedio es de mil dólares, en Asia Pacífico de 923, en el Caribe de 900, en América del Sur de 839, en Europa de 618, en Centroamérica de 581, en México de 392 y en África de 374 dólares¹².

Durante 1970, los índices de crecimiento se multiplicaron y en diez años los ingresos por turismo crecieron casi siete veces. En los años ochentas, el ingreso por divisas en el mundo creció 2.5 veces, pero a partir de los años noventas, el índice decreció y se espera que este, mantenga una tendencia conservadora en los próximos años. También se debe mencionar que en los noventas, el número de llegadas superó el crecimiento de los ingresos generados por turismo, debido a que el gasto por visitante disminuyó; es decir, que mientras el número de llegadas aumentó mas del 139%, se estima que en los próximos años los ingresos solo crecerán en 55%.

Europa es la región líder en el mundo que concentra mas de la mitad de los movimientos turísticos y los beneficios económicos por esta actividad. La región del Continente Americano tiene el 37% del mercado de llegadas internacionales y el 27% de los ingresos de divisas, siendo Estados Unidos el país líder en el Continente; México, en los últimos cinco años ha mantenido alrededor del 17% del total de llegadas de turistas internacionales a la región y el 6.3% de los ingresos turísticos, de acuerdo a cifras de la OMT

En 1999, los países de América con mayor participación en la captación de visitantes fueron Estados Unidos con 7.3%, Canadá con 3%, México con el 2.9%, Brasil con 0.8%, Puerto Rico con 0.5% y Argentina con 0.4%.

En el mismo año, en cuanto a ingresos de divisas, destacaron en el Continente; Estados Unidos con 16.4%, Canadá con 2.2%, México con 1.6%, Brasil con 1%, y Argentina con 0.6%. En conjunto estos países participaron con el 21.9% del turismo mundial.

El ingreso de recursos provenientes de este sector en México, en la actualidad es abismalmente inferior al de otras naciones, como Estados Unidos, Italia, Francia, España, Reino Unido, Alemania, China, etc. baste citar que por ejemplo, España

¹¹SECTUR, citada en la Revista Especializada En Golf, Woodlands, Golf Magazine, Año Ix, Numero 100 Usa.1999. Pág. 44

¹² Compendio Estadístico del Turismo en México, Secretaria de turismo, 1999

cerro el año de 1999 con cerca de 52 millones de turistas, que dejaron 33 mil millones de dólares, en tanto que México tuvo en ese mismo año la visita de aproximadamente 20 millones de turistas, con un ingreso cercano a 8 mil millones de dólares¹³.

De acuerdo a la Cuenta Satélite del Turismo, mas del 70% de la actividad económica relacionada con el turismo es producto del mercado domestico y representó el 74% de los turistas nacionales en destinos seleccionados y su peso aumenta en el resto del país.

Los Estados Unidos son, por mucho, el principal mercado de turistas para México y la vecindad con ellos explica dicha influencia, que se traduce en que, en términos de ingresos por turismo receptivo, los EU, representan poco mas del 80% de la derrama de recursos en México¹⁴ los principales estados emisores de turistas a México en ese país son California, Texas, Illinois, New York, Pennsylvania y Florida. Es relevante mencionar que estos estados sean los de mayor número de mexicanos trabajando en el extranjero.

A continuación se presentan algunos datos contundentes de la relación con la Unión Americana: El comercio bilateral México-Estados Unidos, supera con amplitud los 150 mil millones de dólares anuales, la mitad de los vuelos comerciales que hacen las aerolíneas mexicanas son a y desde los EU, y allá viven alrededor de 21 millones de mexicanos y otros 300 mil se instalan anualmente como ilegales, los cuales envían cada año a sus familias mas de 6 mil millones de dólares. (De continuar el rezago del sector turístico en México, y los índices crecientes de migración a los EU, no esta lejano el día en que este sector sea desplazado al cuarto lugar en la generación de divisas, después de las maquiladoras, el petróleo y los envíos de los trabajadores inmigrantes, que actualmente, de acuerdo a estas cifras, envían alrededor del 75% de lo que se obtiene en promedio por turismo).

El porcentaje de turistas nacionales en destinos seleccionados indica que en centros del interior el 85% de los turistas son nacionales, en las grandes ciudades el 80% y en los centros de playa el 56%. En los Centros Integralmente Planeados el 25% es turismo nacional y el restante 75% son extranjeros.¹⁵ Aquí se hace evidente que los CIPS mas exitosos, específicamente Cancún y Los Cabos, se han desarrollado para uso casi exclusivo de turistas extranjeros o bien, de connacionales de altísimos niveles de ingresos.

En 1999 México tenia 10 mil 55 establecimientos de hospedaje, 419 mil 608 cuartos de hotel, 303 desarrollos turísticos, 15 mil restaurantes para servicio a

¹³ Organización Mundial del Turismo

¹⁴ Compendio Estadístico del Turismo en México, Secretaria de turismo, 1999

¹⁵ loc. cit.

turistas, 3 mil 856 agencias de viajes, 84 campos de golf abiertos a turistas, 39 marinas náuticas, 527 escuelas de turismo y 153 zonas arqueológicas.

De acuerdo con cifras que maneja la consultoría de la SECTUR, Redes Consultores, el gasto total de turistas en México por mercado emisor en el año 2000 fue de la siguiente manera: EU representó 4,907.5 millones de dólares (mdd), Canadá, 236.3, Europa, 492.4, América Latina, 344.6, y otras regiones, 43.9 mdd.

A continuación se relacionarán algunas de las estadísticas más representativas del turismo en México, registradas también en 1999¹⁶

-El gasto de visitantes internacionales a México en 1999, fue menor a los 8 mil millones de dólares, (incluso este disminuyó en alrededor de 300 millones respecto a lo ingresado en 1998).

-De los 10,055 hoteles referidos, 431 tenían categoría de cinco estrellas y de los 419,608 cuartos de hotel existentes, 84,764 eran de categoría cinco estrellas.

-El número de visitantes de México al exterior fue de 117,509 personas, que significó un gasto de 4,537 millones de dólares.

De acuerdo con las mismas fuentes -SECTUR e INEGI- para 1999, México disponía de 117 áreas naturales protegidas y 153 zonas arqueológicas con acceso a los turistas.

-Los centros seleccionados con mayor demanda de hospedaje en el país, en orden de importancia, son: el Distrito Federal, Cancún, Guadalajara, Acapulco, Veracruz, Monterrey, Puerto Vallarta, Mazatlán, Manzanillo, Los Cabos, Ixtapa, Cozumel, La Paz, Huatulco y Loreto. De estos puntos, los centros desarrollados por FONATUR se encuentran en los siguientes lugares en cuanto a demanda de Hospedaje: Cancún segundo, los Cabos en décimo, Ixtapa en décimo primero, Huatulco en décimo cuarto y Loreto en décimo quinto.

De acuerdo a la CST, poco más del 70% de la actividad económica relacionada con el sector es de origen doméstico, aunque este presenta una nueva tendencia; el 85%, se distribuye en los distintos centros del interior, el 80% en las grandes ciudades y el 56% en los centros de playa¹⁷

La producción de bienes y servicios turísticos contribuye con el 8.2% del PIB nacional; se estima que el 6.1% del total de los empleos se ubican en el sector

¹⁶ Cuenta Satélite del Turismo en México, SECTUR-INEGI y Organización Mundial de Turismo, OMT.

¹⁷ SECTUR, loc. cit.

turístico, sumando en 1999 alrededor de 1.8 millones de empleos.¹⁸ La inversión de capital fijo del gobierno federal destinada al sector turístico durante 1999, ascendió a 6,250 millones de pesos, que correspondieron al 52.6% de la inversión total, destinada a los rubros carretero, aeroportuario, marítimo y ferroviario. Por lo que corresponde al sector privado nacional, se estima que en el mismo año, destinaron 1,450 millones de dólares a inversiones turísticas.

El saldo neto de la balanza turística ha sido favorable para México en mas de 3 mil millones de dólares en cada año de los últimos cinco. Este flujo de divisas constituye una aportación muy significativa para paliar el déficit de la cuenta corriente de la balanza de pagos.¹⁹

Existen datos interesantes que se obtienen por inferencia; en Cancún, de 2 millones 819 mil visitantes, solo 746 mil fueron nacionales, es decir un 26%; en Los Cabos, de 519 mil visitantes únicamente 77 mil, o sea un 15%; en Cozumel de 281 mil solo 40 mil, esto es un 14%. Ello evidencia la cada vez mayor marginación de los turistas nacionales a estos centros turísticos, fundamentalmente por los precios de transportación (aérea y carretera), de hospedaje y de consumos que en ellos se manejan, (aunque también existe el fenómeno de la transculturación, -que sería materia de un análisis sociológico- por el predominio absoluto del idioma ingles, que se da particularmente en estos centros.

Otros destinos como Acapulco, siguen siendo eminentemente de turismo nacional, con una demanda de 87%, Ixtapa, con el 59%; y finalmente Huatulco, tiene el 76% de turismo nacional, (aunque ya se vio que este destino tiene una demanda muy baja).

Es fundamental reconocer que actualmente existe una competencia internacional sin precedente, por captar los diversos nichos turísticos, y que ello implica una cada vez mas compleja red de competencia a la que se deberá enfrentar el país; por lo que es básico realizar un cambio de mentalidad que comprenda a los distintos actores que intervienen en alguno de los procesos turísticos; los tres niveles de gobierno, los legisladores y los empresarios del sector, incluyendo a los de la industria de la construcción y restaurantera y de todos aquellos servicios conexos, (como el nicho artesanal, guías de turistas, etc. por el papel estratégico que deberá desempeñar cada uno de ellos.

A continuación, de acuerdo con una clasificación que hace el grupo de análisis Redes Consultores²⁰, así como por inferencias lógicas, se enlistan las principales fortalezas y debilidades del turismo. Para ello, se consideraron los problemas

¹⁸ INEGI-SECTUR. Cuenta Satélite del Turismo en México.

¹⁹ Banco de México.

²⁰ Redes Consultores, www.SECTUR.com

estructurales que se evidencian a lo largo del desarrollo del tema. Las debilidades, constituyen los problemas fundamentales de carácter estructural y organizacional que se han enfrentado históricamente, y las fortalezas representan las ventajas y capacidades del desarrollo del turismo en México.

DEBILIDADES:

- Obsolescencia del marco legal que limita e inhibe la inversión.
- Dependencia de los flujos turísticos internacionales marcados por los mayoristas.
- Limitación y discriminación del mercado nacional en algunos de los destinos turísticos.
- Inversiones privilegiadas en zonas exclusivas y limitación de recursos e inversiones en otras.
- Limitación en las inversiones públicas orientadas a favorecer al negocio hotelero-inmobiliario por sobre la atención de las necesidades actuales del mercado.
- Generación de desequilibrios sociales y ambientales provocados por el crecimiento anárquico y la mala planeación en algunas regiones.
- Carencia de visión y de planeación en el desarrollo de destinos turísticos sin futuro.
- Ausencia de estrategias de comunicación y de mercadotecnia orientadas a disminuir los efectos de las campañas negativas, y muchas veces sin sustento, propaladas en el exterior, relativas a la inseguridad en todo el país y/o a los efectos desproporcionados de fenómenos naturales.
- Falta de articulación en algunos programas de gobierno que inciden en la actividad turística.
- Lentitud en la toma de decisiones de los órganos públicos vinculados con el sector.
- Insensibilidad de los legisladores para actualizar el marco legal en beneficio del sector y del país.
- Limitaciones legales y normativas para incorporar a diversos inversionistas al sector, ampliando la participación de nuevos actores y diversificando la oferta de mercado y de los nichos.
- Insuficiencia de mecanismos ágiles de financiamiento e incentivos adecuados que fomenten el desarrollo de nuevos destinos.

FORTALEZAS:

- Contribuye a crear inversión y empleo, desarrolla regiones e infraestructura y amplía la captación de divisas.
- Amplia la participación de diversos sectores sociales y productivos.
- Representa la posibilidad de posicionar al sector en una buena opción para el desarrollo sustentable.
- Posibilita la creación de nuevos nichos de mercado.
- Permite la opción de una gran apertura económica.
- Representa la posibilidad de posicionar al país, como una de las principales potencias turísticas en el mundo.
- Promueve la inversión diversificada en el país.
- Amplia la posibilidad de aprovechar la tecnología de punta en las telecomunicaciones para difundir y mostrar las alternativas turísticas de México en el mundo.
- Aprovecha las diversas riquezas que posee el país, como las bellezas naturales, arqueológicas, arquitectónicas, históricas, la biodiversidad, el patrimonio cultural, gastronómico, etc.
- Desarrolla proyectos turísticos innovadores, tales como el de Ecoturismo, que tiende a ser un segmento fundamental en el mundo, en el mediano y largo plazo.
- Posibilita que las tendencias mundiales hacia la globalización puedan posicionar al país como un destino turístico indispensable.

EL FACTOR PETRÓLEO

La Organización de Países Exportadores de Petróleo, (OPEP), surgió como un nuevo cartel del petróleo, con cinco miembros: Irán, Irak, Kuwait, Arabia Saudita y Venezuela; a los que se unieron en 1971, Qatar, Indonesia, Libia, Emiratos Árabes Unidos, Argelia y Nigeria. México quedó al margen de dicha organización.

La fragilidad del precio del petróleo en el sexenio de José López Portillo, hizo que a principio de los años ochentas, el país viera comprometido su desarrollo por cubrir los compromisos contraídos, aunado al desfavorable comportamiento de la balanza comercial, al quiebre de empresas, al despido de trabajadores y al desempleo. El peso se devaluó terriblemente y se presentó la fuga de capitales, desde luego, también como resultado de la nacionalización de la banca al final del sexenio, (que ocasiono que mas tarde, en el periodo de Miguel de la Madrid, se le quitaran tres ceros a la moneda). Con este panorama, el Fondo Monetario Internacional (FMI), impuso restricciones a México, que afectaron directamente las actividades gubernamentales, con una fuerte repercusión en la actividad turística por las restricciones al gasto público.

Los conflictos bélicos entre Irán e Irak, elevaron enormemente los precios del petróleo entre 1979 y 1980. La revolución iraní desembocó en una pérdida de 2 a 2.5 millones de barriles de petróleo diarios, entre noviembre de 1978 y junio de 1979. En 1980 la producción de crudo de Irak cayo a 2.7 millones de barriles diarios, en tanto la de Irán se contrajo en 600 mil barriles diarios. El impacto en la industria de los países fue inmediato; un petróleo mas caro elevó los precios internos de producción, la gasolina y el gas, la inflación también se importó y el déficit se incrementó incluso en países como Estados Unidos.

En 1981 la recesion mundial dio por resultado el primer desborde del mercado del petróleo en casi una década. Los ministros del petróleo de la OPEP se reunieron en Ginebra en mayo, pero no pudieron ponerse de acuerdo sobre la reducción de precios ni una disminución de la producción. Mientras tanto en México, el director de PEMEX, Jorge Díaz Serrano, le recomendó al presidente López Portillo que se bajara el precio de exportación para conservar a sus clientes comerciales en EU,²¹

A pesar de la correcta medida propuesta por Díaz Serrano, este cometió varios errores políticos cruciales. No consultó a los secretarios económicos del gabinete, ni le advirtió al presidente cuales serian las repercusiones probables de una baja del precio. Como era el primer país que anunciara públicamente un precio mas bajo, México estaba violando la solidaridad con el tercer mundo y socavando a la OPEP.

Julio Rodolfo Moctezuma Cid, ex secretario de Hacienda, sucedió a Díaz Serrano en PEMEX, pero José Andrés de Oteyza, nuevo titular en Hacienda, anuncio que

²¹ Riding, Alan, Vecinos Distantes: Un Retrato de los Mexicanos, Ed. Joaquín Mortiz Planeta, México, 1985.

los precios del petróleo de México, aumentarían dos dólares por barril. México iría contra la tendencia del mercado mundial. Paralelamente, se decidió que PEMEX aumentara aun mas su producción y en agosto de 1981 firmó un contrato a largo plazo para ser proveedor de la reserva estratégica de EU, por mil millones de dólares, como pago anticipado, pero para cubrir una baja de 6 mil millones de dólares que se esperaban por ingresos provenientes del petróleo y de otras fuentes, sin reducir el crecimiento económico. El gobierno contrató muchos prestamos en el extranjero en el segundo semestre de 1981, aumentando la deuda externa de la compañía a unos 22 mil millones de dólares para finales de 1982, y preparó las condiciones para el derrumbe financiero que vino después. La producción y las exportaciones del petróleo llegaban a tres millones y 1.6 millones de barriles diarios respectivamente, para cuando López Portillo terminó su mandato en diciembre de 1982 el precio estaba entre 25 y 30 dólares el barril, con una tasa de interés del 20%. México fue conducido por el petróleo a la peor crisis que se recuerda. (Aunque, se debe mencionar que en diciembre de 1995, también se presentó una crisis gravísima –conocida como el error de diciembre–, que obligó a que el presidente de los EU, autorizara directamente a México un préstamo emergente por 20 mil millones de dólares).

Cuando el presidente De la Madrid asumió el mando en diciembre de 1982, heredó una industria petrolera que, a la vista de la opinión pública, había contribuido al derrumbe financiero del país. Por consiguiente, PEMEX y su sindicato serían el punto medular para que el presidente De la Madrid iniciara la llamada "renovación moral de la sociedad".

Al mismo tiempo, la economía de México dependía mas que nunca del petróleo, que representaba casi un 75% de las exportaciones de México y proporcionaría 16 mil millones de dólares en divisas en 1983 y 1984.

Mario Ramón Beteta, exsecretario de Hacienda, fue nombrado director general de PEMEX, con instrucciones de moralizar a la empresa y empezó por declarar que se habían acabado los años de gasto fácil y abundancia y que se construiría un nuevo PEMEX, mediante una administración eficiente y escrupulosa. Es justamente en su administración que se construye la torre de PEMEX y que se hacen señalamientos sindicales sobre la incorporación de una multitud de tecnócratas a la paraestatal con sueldos y despilfarros enormes.

En junio de 1983 se encarcela a Jorge Díaz Serrano por un fraude de 34 millones de dólares en la compra de dos buques petroleros para PEMEX.

En ese contexto, era muy probable que la economía de México siguiera tan petrolizada como antes pero, cuando menos en teoría, parecía destacar una tesis mas nacionalista: El crecimiento de la industria petrolera no debería ser sustituto de un desarrollo mas sólido. Sin duda, si el objetivo del país continuaba siendo el fortalecimiento de su independencia económica, los escasos recursos se canalizarían con mas prudencia hacia otros sectores de la industria y PEMEX

desempeñaría un papel de apoyo dentro de la economía, en lugar de representar un papel dominante.

A la luz de estos hechos, pareciera ser evidente que la lección no se aprendió.

La crisis nacional que se produce obliga a que se redimensione el Estado, y ello incluyó desde luego, disminuir su papel en las inversiones en el sector turístico, por ello, Huatulco y Loreto se verían afectados en su inconcluso desarrollo.

Justamente es a finales del sexenio Delamadrídista que se inicia el proceso de desincorporación de los bienes del Estado, que cobró tanta relevancia en el gobierno Salinista y que continúa hasta la actualidad. (Ello sin considerar que la privatización de los bienes que ha puesto a la venta el Estado no siempre ha sido con total transparencia o bien, en las mejores condiciones; como ejemplo, la reciente venta del hotel Las Hadas, en Manzanillo).

El nivel de reservas al que se hace alusión, ubica a México en el noveno lugar en cuanto a capacidad petrolera. Durante la guerra del Golfo Pérsico en 1991, México contaba con reservas por 69 mil millones de barriles de crudo, estimado para un tiempo de 54 años.

Para 1994, cuando los precios del petróleo volvieron a descender en el mercado internacional, las reservas probadas de México eran de 63 mil 220 millones de barriles estimados para 48 años. Para el final de la Administración de Ernesto Zedillo, el nivel de reservas era de 58 mil 204 millones de barriles. En enero del presente año, PEMEX informó que las reservas de hidrocarburos en México sumaron un total de 54 mil millones de barriles de petróleo crudo; esto implica una disminución del 3.55% en comparación con el mismo mes del año 2000.

Raúl Muñoz Leos, actual Director de PEMEX declaró: "El modelo de funcionamiento de la paraestatal ya se agotó y es necesario abrirse totalmente a la inversión privada. Al primer semestre del 2001, las exportaciones de petróleo crudo que realizó México sumaron 8 mil 47 millones de dólares, que significó, una caída de 14% comparativamente con el mismo periodo del año anterior".²²

Recuérdese que en diciembre de 1982 el precio del petróleo fluctuaba entre 25 y 30 dólares y que entre 1983 y 1984, el mismo representaba ingresos por arriba de los 16 mil millones de dólares.

Por otro lado, se debe mencionar que no obstante que actualmente PEMEX tiene una nomina de 132 mil personas e ingresos por 146 mil millones de dólares, y que es la tercera empresa petrolera del mundo y uno de los pilares de la economía mexicana, hoy se enfrenta a un gran desafío; el de la modernización.

²² Reforma Diario, Rafael Loret de Mola, Columna Desafío, AZ, 15 de septiembre de 2001, Pág. 4^a

En México, ninguna empresa podría ser más polémica que PEMEX, su historia vinculada a profundos sentimientos nacionalistas, (que incluye los festejos tradicionales del día de la expropiación petrolera), la enorme riqueza que administra, su dimensión como la tercera empresa petrolera en el mundo y la mayor de América Latina, las complejas redes de corporativismo y corrupción, malas administraciones, y su papel en la permanencia del modelo priista de administración pública la mantienen desde hace varias décadas en el "ojo del huracán", como esta nuevamente hoy en día, por los presuntos desvíos de recursos, del propio exdirector general, Rogelio Montemayor, a través del sindicato petrolero a la campaña presidencial del PRI en el 2000, y más recientemente la solicitud de desafuero de algunos líderes sindicales, incluyendo la del propio secretario general Romero Deschamps.

Justamente en ese año, la Paraestatal registró ingresos por más de 46 mil millones de dólares, que la ubican entre las 70 empresas más grandes del mundo, sus activos rozan ya los 47 mil millones; en el periodo 1995-2000 la suma de sus exportaciones fue de 65 mil millones y acumuló un superávit neto de 49 mil millones.

Más importante aun es su aporte fiscal; de 1995 a la fecha PEMEX enteró a la Secretaría de Hacienda algo más de 122 mil millones de dólares, cantidad que representa alrededor del 30% del gasto presupuestal ejercido por el gobierno y el 96% de las utilidades generadas.

Los problemas en PEMEX empiezan con el régimen fiscal y el conjunto de disposiciones constitucionales y reglamentarias, que la convierten en la "caja grande del gobierno" y le restan autonomía operativa y presupuestaria. La utilidad antes de impuestos promedió 26 mil millones de dólares en los últimos seis años; sin embargo, la carga impositiva promedio, superó los 25 mil millones de dólares, dejando a PEMEX una utilidad residual inferior a mil millones por año, cantidad a todas luces insuficiente para solventar los elevados gastos de inversión requeridos para actividades de exploración y explotación de nuevos yacimientos, equipamiento, modernización, capacitación y seguridad industrial y ambiental.

En los últimos dos años, la sangría fiscal llegó al extremo de hacerle pagar impuestos por una cantidad mayor a la utilidad percibida, dejando a la empresa con números rojos y obligada a endeudarse para cubrir sus compromisos operativos, financieros y fiscales.²³

En el presente año, el precio del crudo estará atado a la recuperación de EU. "Las expectativas para que el precio del petróleo se reponga a lo largo del 2002 están basadas principalmente en la recuperación de su economía, sin embargo, las corredurías aun dudan de la fortaleza que podrían tener las medidas adoptadas por los países productores en un mercado que será especialmente especulativo.

²³ Revista Mundo Ejecutivo, Edición Especial 2001, Pág. 354-356

Por ejemplo, la Correduría Merrill Lynch rebajó su proyección sobre el precio del West Texas Intermediate (WTI) para este año, de 23 a 19 dólares por barril, por una baja demanda petrolera mundial, (y no obstante el ambiente bélico entre los EU y Afganistán), provocada en gran medida por la menor capacidad de la economía global que se encuentra en su peor condición en 20 años.

Según predicciones de analistas, si la predicción de Merrill Lynch se cumple, con este nivel de precios del WTI, la mezcla mexicana de exportación se ubicaría sobre los 13 dólares por barril en este año, 2.50 por debajo de lo estimado por la Secretaría de Hacienda en la Ley de Ingresos, lo que significaría una caída en los ingresos petroleros por aproximadamente 2 mil 200 millones de dólares mexicanos que tendrían que ser asumidos en su totalidad por PEMEX.²⁴

En los primeros quince días del año, cayó el crudo un 4.84% en lo que va de enero²⁵, la mezcla mexicana de exportación ha tenido un comportamiento a la baja; ayer termino la jornada en 13.75 dólares por barril, acumulando una caída de 4.84% en lo que va del mes y 3.85% en su cuarta sesión consecutiva.

El Instituto Americano del Petróleo (API) destacó que las importaciones de petróleo crudo y productos refinados alcanzaron un nivel record de 11.6 millones de barriles diarios, con un aumento de 1.2 por ciento respecto a 2000, aunque precisó que el incremento de 1999 a 2000 fue de 5.5 por ciento.

Es altamente ilustrativo analizar la información que publica la propia Paraestatal PEMEX, en su Informe de Microsoft, en Internet Explorer, en los Estados de Resultados Consolidados, del 1 de enero al 30 de septiembre del 2001:

"La variación favorable en los ingresos por ventas en México se originó por el incremento en el volumen y precio unitario de algunos productos. El valor de las ventas de exportación fue inferior debido al impacto negativo del precio promedio de la mezcla de crudo mexicano en el mercado internacional, no obstante el mayor volumen de crudo exportado.

Los costos y gastos de operación aumentaron por la fluctuación desfavorable en los inventarios de productos por el efecto de la caída de los precios del crudo, así como por mayores compras de productos en el extranjero.

El aumento en intereses y otros ingresos, obedeció principalmente a mayores intereses devengados no capitalizados, así como a la disminución en los rendimientos financieros compensados parcialmente con la utilidad generada por la fluctuación cambiaria.

²⁴ Milenio Diario, Luis Carriles, Pág. 31, 8 de enero del 2002.

²⁵ Diario AZ, Columna Desafío, Rafael Lorete de Mola, Xalapa, Ver. Pág. 4A, 15 de septiembre de 2001

La variación en Impuestos y Derechos derivó de la disminución en los Derechos sobre extracción de petróleo y en el Aprovechamiento sobre Rendimientos Excedentes (ARE).

A septiembre de 2001, la carga fiscal representó 62.7% de las ventas totales, en tanto que en el mismo periodo del año 2000 fue de 66.1%.

Con la adopción del nuevo boletín C-2 "instrumentos financieros" con vigencia a partir del 1 de enero del 2001, se generó a esa fecha un saldo inicial desfavorable de 1,471 millones de pesos.

"El patrimonio disminuyó en un 18.7% por la pérdida generada al cierre del ejercicio 2000, así como la pérdida neta a septiembre de 2001"

Es decir que no solo las reservas del hidrocarburo fueron considerablemente hacia la baja; en un periodo de diez años disminuyeron de 69 a 54 mil millones, sino que también los recursos financieros que genera la industria, han tenido una tendencia a disminuir, por lo que es vital e impostergable modificar la legislación actual que limita la apertura del sector a la inversión privada y particularmente al capital extranjero. En caso contrario, no se podrán garantizar los niveles de ingreso que provienen del sector.

Lamentablemente tampoco se esta desarrollando otro proyecto alternativo que sustituya la captación de divisas, indispensables para el desarrollo de México; eso al margen de que los ingresos por petróleo registren hoy día, variables considerables, de acuerdo a las proyecciones estimadas: "El gobierno federal debe corregir sus estimaciones para el precio de la mezcla mexicana de petróleo en el 2002, pues de mantenerse los precios bajos, no tendrá posibilidades de obtener los ingresos que espera por la exportación de crudo coinciden industriales y analistas. La caída de la actividad económica en EU, se ha reflejado en el consumo de petróleo y ante esa tendencia hay que hacer el ajuste de inmediato", dijo Raúl Picard, presidente de la CANACINTRA²⁶ (Cámara Nacional de la Industria de la Transformación).

²⁶ Diario Reforma, Hugo de La Torre y Mayela Córdoba, sec. negocios, Pág. 9D, 3 de Noviembre de 2001

LA INDUSTRIA MAQUILADORA:

El valor agregado generado por la Industria Maquiladora de Exportación (IME), fue equivalente a un ingreso neto de divisas por 17 mil 678 millones de dólares en 2000, (mas de cuatro veces el monto registrado en 1990), y supera la cifra histórica de 16 mil 379.9 millones que México obtuvo por petróleo y sus derivados ese año. No obstante los datos halagüeños que se presentan en principio, esa industria registra un retroceso preocupante, como resultado de la crisis en los EU.

En México, a través de esta actividad se han generado mas de 1.3 millones de empleos directos, que representan aproximadamente 38% del personal total del sector manufacturero en México.

La mano de obra en la IME se incrementó casi 200% en los últimos diez años, además del efecto multiplicador que tiene en diversas industrias y servicios.

Cabe destacar que la industria maquiladora ha tenido un impacto relevante en el impulso al desarrollo regional, al descentralizar sus actividades de la zona fronteriza del norte hacia el resto del país.

El numero de plantas en operación y el personal ocupado, que al inicio del programa de la IME se concentraban en la frontera norte de México, en proporción mayor al 90%, descendió a 73.5 y 74.3 por ciento, respectivamente en 1990 y hasta 60 y 62 por ciento en el 2000.

Las entidades mas beneficiadas en el proceso de desconcentración han sido las áreas metropolitanas de Monterrey, Guadalajara y Torreón, aunque su participación en el total es hoy día marginal.

En el ultimo decenio, la IME mostró una creciente transformación en sus procesos de ensamble hacia la manufactura de bienes, principalmente en las filiales de las corporaciones transnacionales que operan como maquiladoras en México.

En el periodo 1999-2000, el numero de establecimientos de la IME tuvo un crecimiento sostenido de 92.9% hasta alcanzar 3,703 al final del año pasado; en su valor agregado, de 527.5 % en términos de dólares y de 193.1% en el numero de nuevos empleos, pero por primera vez, desde 1982, mostró moderación en el crecimiento del empleo desde el ultimo tercio del 2000.

De octubre pasado a mayo del 2001 se perdieron cerca de 100 mil plazas. La creación de empleos en la IME creció a un promedio anual de 14.1% entre 1995 y el 2000, comparado con 8% del sexenio precedente, incluso en 1991, cuando Estados Unidos sufrió una etapa recesiva las fuentes de trabajo en la IME aumentaron 4.7%.²⁷

²⁷ Revista Mundo Ejecutivo, Jalme Millán Núñez, noviembre de 2001, Pág. 38

Hoy en día, la industria maquiladora reciente con mayor fuerza la recesión por la que atraviesa el sector industrial de EU, (en julio retrocedió por décimo mes consecutivo) en relación a 1991.

En la actualidad, mas del 50% del valor de exportación de la IME, incluyendo los insumos importados, se relaciona con las ramas eléctrica, electrónica, automotriz y de auto partes, representativas de la nueva economía. No obstante la reducción del empleo, el número de plantas en operación había aumentado en 60 en mayo, respecto a diciembre del 2000.

La recesión del sector industrial en Estados Unidos "no ha tocado fondo" en su impacto sobre la industria maquiladora. Tan solo al final del primer semestre de este año, el valor de la exportación sectorial había acumulado un incremento de 8%, frente a 16.2% del año pasado; empero su participación en el valor de las ventas externas totales de México pasó de 46.2% en enero-junio de 2000 a 47.2% en el primer semestre del 2001, debido a la caída de las exportaciones petroleras de diversas manufacturas y productos agrícolas.

Las ramas que resienten mas la baja de sus exportaciones son la automotriz y la de confección de ropa, en esta ultima, que aporta aproximadamente 15% del valor total de la IME, han sido numerosos los despidos y el cierre de empresas que emigran a otros países con costos mas reducidos de la mano de obra, las cuales se han establecido particularmente en Centroamérica y en el Caribe.

De acuerdo con la empresa Ciemex Wefa, el costo directo de la mano de obra en México, incluyendo prestaciones sociales, paso de 2.26 dólares por hora en diciembre de 2000 a 2.38 en mayo de 2001, comparado con un promedio de entre 1.31 y 1.59 dólares por hora en Honduras, Guatemala, El Salvador y la Republica Dominicana; 0.99 centavos de dólar en Malasia; 0.58 centavos de dólar en Sri Lanka; y 0.43 centavos de dólar en China.

"La industria maquiladora tendrá en el 2001 su primer decrecimiento en 15 años, al registrar una caída en su producción del 3% respecto al cierre del 2000, lo que podría ocasionar la perdida de 150 mil empleos, informo ayer el presidente del Consejo Nacional de la Industria Maquiladora de Exportación."²⁸

Considerando que la primer fuente de divisas había sido históricamente el petróleo, y que la inconsistencia del mercado y de los precios de este, no dan certidumbre a los ingresos que requiere el país, así como que es un recurso no renovable, aunque hoy, los ingresos que se perciben por la vía de las empresas maquiladoras²⁹, la han posicionado como la primera industria generadora de

²⁸Diario Milenio, Mauricio Flores, Columna Dinero Llama Dinero, Pág. 34, 27 de septiembre

²⁹ Revista Mundo Ejecutivo, Alejandro Macedo Vargas, enero 2002, Pág. 84

dólares, con el riesgo que implica que sea esta una industria altamente inestable y, como se vio, no es competitiva con los salarios que pagan estas industrias en los principales países sedes, y paralelamente empieza ya a presentar signos de desaceleración tanto en la inversión como en la generación de empleos, que de agudizarse podría ahondar la crisis nacional de desempleo, que tarde o temprano harán incompetente a México para atraer e incluso mantener esas inversiones y los empleos que representan. Por todo ello es que México no puede fincar su desarrollo, de manera sustentable, en la industria del petróleo y las empresas maquiladoras, observando que estas últimas realizan inversiones en equipo y maquinaria que en momentos de crisis amenazan con retirar, como ejemplo, está el caso de la Volkswagen, que en el más reciente emplazamiento a huelga el año pasado, amenazó con cerrar sus plantas y cancelar sus inversiones, pese a las enormes ventajas, beneficios y utilidades que han obtenido históricamente en México.

CAPITULO II

PANORAMA TURÍSTICO NACIONAL E INTERNACIONAL

El contexto económico, político y social del turismo de finales de los años ochentas y durante los noventas, se caracterizó por cambios profundos en las relaciones internacionales que dieron origen a un entorno mundial de mayor interrelación y dependencia en las relaciones turísticas y comerciales, que ha condicionado y que seguramente marcará las pautas a seguir en los próximos años.

Actualmente en México existen una serie de instituciones públicas y privadas que al parecer, a la luz de los resultados que se han dado, muchas veces operan de manera inconexa, lo que implica desaprovechar esfuerzos y recursos en detrimento del sector. Cabe observar que no son pocas estas instituciones, considerando que no son únicamente las tres que representan directamente al sector, como la Secretaría de Turismo, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, y el Consejo de Promoción Turística de México; están vinculados también al sector, el Instituto Nacional de Ecología, el Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable, la Procuraduría Federal de Protección del Ambiente y la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad; además, los gobiernos de los estados y los municipios, que cuentan con sus respectivas estructuras turísticas, así como diversas instituciones públicas relacionadas con el sector, tales como: la Coordinación de Políticas Públicas de la Presidencia de la Republica, la Secretaria de Comunicaciones y Transportes, la Secretaria de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, el Instituto Nacional de Ecología, la Secretaría de Desarrollo Social, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, la Secretaria de Relaciones Exteriores, además de los diversos organismos de salud, así como diversas agrupaciones del sector privado: El Consejo Nacional Empresarial Turístico, la Asociación Mexicana de Turismo de Aventura y Ecoturismo, la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos A.C, el Consejo Nacional Empresarial, la Asociación Nacional de Hoteles y Moteles de La Republica Mexicana, y la Confederación Nacional de Asociaciones de Agencias de Viajes. También se cuenta con organizaciones no gubernamentales; el Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza, el Pronatura y, desde luego, diversos representantes del sector académico; la Escuela Superior de Turismo, la Academia de Turismo, etc.

Los esfuerzos deberán orientarse a coordinar integralmente los proyectos planes y programas, de las áreas mencionadas y de otras mas, en materia turística, que

permitan fortalecer al sector y a la industria, y aumentar los niveles de captación de divisas.

En México ha sido mínima la incorporación del turismo domestico de masas a los proyectos turísticos operados directamente por el Estado; este, casi se circunscribe a los proyectos del IMSS y sus balnearios, y el TURISSSTE. Ello no obstante que en los centros tradicionales de playa el turismo nacional es el principal mercado de hotelería, pese a que este sector ha sido poco apoyado por parte del sector hotelero y solo lo consideran en temporadas bajas mediante la conformación de paquetes accesibles a sus posibilidades.

El Turismo es un sector prioritario y debe ser estratégico para su crecimiento y para el desarrollo del país. Actualmente en México laboran en él más de 1.8 millones de personas de manera directa y 4.2 millones de personas de manera indirecta.

Por ello, y por representar una actividad noble y dinámica de la cual obtienen sus ingresos y forma de vida millones de familias mexicanas, resulta indispensable impulsarlo decididamente para lograr una mayor inversión del sector público y privado, de origen nacional e internacional, e incrementar con ello, la captación de divisas.

A partir de los años noventas, los grupos de turistas se muestran mas experimentados y exigentes, lo que obliga a que los servicios que se ofrecen sean cada vez mas complejos y sofisticados.

Las nuevas condiciones que actualmente impone la globalización mundial a México, han implicado que se hagan nuevos escenarios sobre las políticas financieras y turísticas. En este contexto, las empresas multinacionales han cobrado cada vez mayor peso e importancia; líneas aéreas, cadenas hoteleras, tour operadoras mayoristas, líneas de cruceros, etc. El futuro a mediano y largo plazo estará marcado por una creciente complejidad en todos los ámbitos de la actividad económica mundial y particularmente del turismo. Una competencia cada vez mas abierta, caracterizada por una especialización de los servicios y una mayor interconexión de los mismos. Estas características harán que los modelos tradicionales de hacer turismo se renueven y se adecuen a las nuevas demandas de los grandes flujos turísticos de servicios complementarios, de mayores atractivos o bien, que sean superados en el competido mercado turístico mundial.

En este entorno, es indispensable que todas las empresas replanteen sus estrategias de funcionamiento, toda vez que hoy día el mercado mundial esta dominado por las empresas multinacionales que en muchos casos tienen un poder mayor que los propios Estados, ya que condicionan, casi de manera absoluta, las reglas de operación del mercado, es decir que el gran capital determina los destinos que dará a las inversiones, las condiciones fiscales, salariales y de operación que incluyen a la propia infraestructura y los convenios con los gobiernos respectivos para obtener todas las facilidades. En la medida en que se

les cumplan sus requerimientos y se les den las garantías suficientes, se estará en posibilidad de atraer mayores inversiones del gran capital.

Es por eso que con la apertura de la economía mundial, son las mega empresas quienes determinan el éxito o fracaso económico de un país, ya que en muchos casos, los capitales que mueven son mayores al PIB del país sede de la inversión. Desde luego que esta tendencia será cada vez mayor, la megafusión de las empresas así lo indica.³⁰

Una gran parte del crecimiento del comercio mundial se explica a través del comercio intrafirmas transnacionales y en los próximos años esa tendencia comercial seguirá en aumento. En paralelo, con la ola de megafusiones entre las empresas multinacionales se inicia un proceso de fragmentación de las grandes firmas en unidades de negocios, para lograr la flexibilidad necesaria y desarrollar o mantener ventajas competitivas.

CLASIFICACIÓN DEL TURISMO:

Cada grupo social, cualquiera que sea su caso, tiene particularidades en la forma de concebir y ejecutar sus practicas turísticas, que dan origen a diferentes aplicaciones concretas. El tipo de segmentos/mercados de un destino influyen en gran medida en su dinámica y desarrollo.

Los visitantes nacionales o internacionales demandantes de servicios, tienen características (de acuerdo con la clasificación que hace la OMT), socio-culturales entre las que el tiempo libre y la ruptura de la cotidianidad son las determinantes de su existencia y esencia en un sentido fenomenológico. Su manifestación se da en diversas practicas turísticas definidas por sus propias condiciones económicas y geográficas:

Visitantes internacionales: Toda persona que viaja por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno cotidiano y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado e incluye:

Turista internacional (visitante con pernocta): Visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

³⁰ Es el caso de la organización turística World Travel and Tourism Council que nació en 1991 a instancias de la empresa American Express y que esta conformada por alrededor de 100 miembros que representan a las mas importantes empresas hoteleras, aerolíneas y de tour operadores del mundo entre otras organizaciones relacionadas con el turismo. Esta organización se ha constituido en un grupo de presión internacional que intenta forzar la percepción gubernamental de los beneficios económicos del turismo.

Excursionista: Visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado, incluyendo a los pasajeros en crucero.

Visitante interno: Toda persona que reside en un país y que viaje, con una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto de su entorno habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado e incluye:

Visitante con pernocta: Visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado cuando menos una noche.

El turismo internacional a México esta compuesto de :

Turismo receptivo, o turismo de pernocta al interior del país; esta categoría incluye los siguientes países y regiones: EU, Canadá, Europa, América Latina, y otras regiones.

Turismo fronterizo, o llegadas a México por la frontera.

Turismo de excursionistas: Los excursionistas no pernoctan en México y su impacto económico se limita a los gastos durante una estadía de horas dentro del territorio mexicano.

Turismo alternativo: Nace de la búsqueda de un nuevo modelo de desarrollo en el ámbito mundial, al que acertadamente se le ha relacionado con el tema de la sustentabilidad. Es aquel que propone un valor agregado al destino turístico y busca encontrar formulas y tecnologías que permitan al país generar mayor progreso y riqueza, teniendo compatibilidad con el ambiente, además de que incorpora a las poblaciones y comunidades locales en el proceso de transformación, provocando que obtengan beneficios directos.

Las modalidades que se incluyen en el área de turismo alternativo son: ecoturismo, turismo de aventura y turismo de salud (spas); mientras que en el turismo deportivo y náutico se encuentra el golf, la cinegética (caza) y la pesca, entre otros.

En los últimos quince años, han ocurrido grandes transformaciones en las tendencias del turismo. El modelo de "sol y playa" que prevaleció por mucho tiempo a lo largo del mundo, ha sido rebasado por otras practicas de viaje mas activas para el turista y menos dañinas para el ambiente.

El turismo alternativo representa el valor agregado que los destinos tradicionales han aprovechado con base en las riquezas naturales con que cuentan. Asimismo, la corriente turística a nivel internacional prefiere los destinos que ofrecen productos de turismo alternativo, debido a que el visitante tiene actualmente mas sensibilidad ambiental y un mayor respeto por las riquezas naturales que visita.

El deporte extremo, de aventura y ecoturismo son cada vez mas practicados por el turista, quien busca no solo un destino de playa, sino un lugar que además le ofrezca la oportunidad de realizar este tipo de actividades.

TRANSPORTE AÉREO.

En el caso del transporte aéreo, las aerolíneas internacionales han crecido a través de alianzas estratégicas que se han hecho necesarias para poder continuar existiendo en un panorama de competencia total que se agudizó por la desregulación aérea extendida en todo el mundo, es decir códigos compartidos, cooperación en aeropuertos y en localización de equipaje, servicios conjuntos y programas compartidos de viajero frecuente, e incluye la expansión de algunas de las mas importantes aerolíneas hacia América Latina.

La internacionalización de líneas aéreas mexicanas y los convenios que han realizado con líneas internacionales, han dado como resultado el crecimiento de vuelos directos y mejores conexiones con origen extranjero. Sin embargo, las inversiones requeridas por las empresas aéreas son muy cuantiosas y existen muchos aspectos que afectan su eficiencia operativa, no solo las relacionadas con el mercado de viajes sino otras mas de tipo financiero y político; por ejemplo, acuerdos bilaterales en el ámbito internacional y negociaciones con los sindicatos en el ámbito nacional. En ese contexto de círculo vicioso, es que se dan los altos precios de tarifas que resultan elevadas para el mercado local, en detrimento del propio sector, por la limitación de la demanda y de los usuarios.

Adicionalmente, se debe decir que una parte importante de los equipos e incluso de las aeronaves no están en condiciones optimas, (sobre todo en líneas pequeñas como Aerocalifornia, Aerolitoral, Aeromar, o bien, las ya extintas Aviaca y Taesa, quizás por las mismas razones). También existen problemas financieros que limitan la liquidez de las empresas y ello les impide ser competitivas, (particularmente ahora que se presenta una guerra de precios que ha disminuido las tarifas en hasta un 50% en las aerolíneas de Estados Unidos), y finalmente, un problema de carácter político, por las trabas que pone el sindicato, para auténticamente abrir la aviación en México a una competencia internacional, que pudiera ser incluso la apertura del mercado nacional a algunas de las principales aerolíneas norteamericanas, que actualmente tienen serios problemas financieros como: American Airlines, United Airlines, Delta Airlines, Continental Airlines, US Airways, Northwest Airlines, América West Airlines, British Airways, Virgin Atlantic Airways, Etc. Que sin duda permitirían elevar los niveles de competencia local y disminuir los altos precios actuales, que en muchos casos significan pagar tarifas mas altas por viajar en el país, que volar a algunos destinos del extranjero. Aquí se debe ser muy puntual en subrayar que las condiciones actuales de libre competencia mundial, no dan lugar a que un Estado participe de manera directa, tal y como se hace en México, en la inversión, en empresas como las de aviación, no solo por la ineficiencia característica en

muchas de las empresas a cargo del Estado, sino además porque el monopolio que se tiene en dichas áreas afecta directamente la percepción que se tiene sobre México como un destino probable de inversión, inhibiendo a esta, y por otro lado, contrae la demanda del servicio, por las tarifas elevadas que se deben pagar.

Los actos terroristas del 11 de septiembre en EU, cambiaron el panorama para las aerolíneas mundiales, pues impactaron sus costos de seguridad y modificaron sus formas de hacer negocio. Esas dificultades financieras acarrearón ya la quiebra de la línea aérea Swiss Air y obligaron a reevaluar políticas para ser más eficientes y reforzar la seguridad de las aerolíneas y en los aeropuertos.

El subsecretario de transporte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), Aarón Dychter, declaró: "Las aerolíneas mexicanas entraron en una situación difícil por el status de la economía nacional y lo ocurrido en septiembre la agravó; en la SCT acordamos actuar como una especie de aval para seguros y reaseguros de las aerolíneas nacientes; cancelamos el desliz mensual de tarifas aeroportuarias de ASA (Aeropuertos y Servicios Auxiliares), y hasta diciembre pasado operó un descuento del 10% en el precio de la turbosina, que será revisado para este año".

La tendencia en el mundo es hacia el dominio de las grandes empresas y en México la pauta la marcan Aeromexico y Mexicana, quienes forman parte de las alianzas extranjeras Skyteam y Star Alliance, respectivamente.

Sobre la venta de estas empresas, el funcionario señaló: "hoy sería una verdadera tontería, con todo y que en términos estructurales ambas aerolíneas mantienen la misma solidez, y su problema es más de flujo, por la caída en el número de pasajeros. Conviene revisar el esquema junto con Merrill Lynch y determinar como hacer esa venta en el momento oportuno y hoy no es tal"³¹.

Por otro lado, en lo que respecta a las leyes y reformas recientemente aprobadas por la legislatura en funciones, la única vinculada al sector turismo es la ley que autoriza al Ejecutivo Federal para otorgar apoyos tendientes a salvaguardar los servicios de transporte aéreo.³² (aprobada el 11 de diciembre pasado).

El sector turismo registró el año pasado, y como resultado de la crisis por los atentados terroristas en los EU, una caída en sus ventas de 60%, con pérdidas en los hoteles que rebasaron los 40 millones de pesos a la semana y ventas en la frontera menores al 10% .

³¹ Revista Mundo Ejecutivo, Jaime Millán Núñez, enero de 2002, Pág. 106

³² Esa Ley autoriza al Ejecutivo Federal para que canalice recursos financieros hasta por un monto de mil millones de pesos, para el otorgamiento de un crédito para salvaguardar los servicios públicos de transporte aéreo de pasajeros, a través de un fideicomiso sin estructura administrativa.

En los EU, las aerolíneas, los hoteles y las agencias de viajes redujeron sus tarifas y aumentaron sus promociones para captar turistas, lo que ha vuelto muy barato viajar en esas aerolíneas.

Mientras tanto, en México la integración de CINTRA (Comisión para la Industria del Transporte Aéreo), que representa una alianza entre las aerolíneas Mexicana y Aeromexico, además de otras aerolíneas mas pequeñas, ha tenido problemas para su operación por la legislación de antimonopolios, (Comisión Federal de Competencia), lo que pudiera ser una contradicción ya que actualmente mas del 60% del capital de esas aerolíneas es del Estado, a través de las acciones del IPAB (Instituto de Protección al Ahorro Bancario), que sustituyera al FOBAPROA (Fondo Bancario de Protección al Ahorro).

Se podrían citar las consecuencias inmediatas que ha traído el atentado a los EU, y que tiene implicaciones para la comunidad internacional. México, alineado al modelo norteamericano ha sufrido las consecuencias directas de la recesión en su economía, dada la elevada dependencia del ciclo de negocios comunes, la caída de mercados, el comercio, la construcción y el transporte aéreo proveniente del vecino del norte. Paralelamente, se hacen declaraciones al viejo estilo caciquil, para presionar a las autoridades: aprovechando la coyuntura de falta de estrategias políticas del gobierno: "Si el Gobierno Federal no interviene para "salvar a la Aviación nacional", esta podría paralizarse en cuatro días, debido a que las Aseguradoras incrementaron el costo de la cobertura de sus primas por daños a terceros, amenazó recientemente el Secretario General de la Asociación Sindical de Pilotos Aviadores de México (ASPA) Jaime González Navarro.³³

RED CARRETERA.

Otro factor de gran relevancia para limitar la distribución del turismo hacia distintas regiones del país es el de las condiciones de la red carretera. Las tarifas que se pagan en las carreteras de cuotas son excesivamente elevadas, causando molestia a los usuarios, que consideran que las carreteras se pagaron con sus impuestos, no obstante lo cual, tienen que pagar altos peajes, de acuerdo a las condiciones que se ofrecen y que encarecen mucho los viajes a los destinos turísticos nacionales por vía terrestre. Por lo que hace a las carreteras secundarias, muestran severos rezagos y la mayoría adolece de mantenimiento, de señalización, de seguridad, de vigilancia, de auxilio vial, etc.

La referencia sobre el mal estado que guardan las carreteras no es una apreciación sin fundamento, baste citar las consideraciones que al respecto se hacen en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2001-2006: "A fin de enfrentar el creciente volumen de actividad industrial y comercial que se desarrolla en nuestro

³³ Diario Milenio, Araceli Muñoz, 27 de septiembre, Pág. 35

país, y aprovechar plenamente las oportunidades de inversión y creación de empleo que ello implica, se requiere una inversión considerable en infraestructura; seguir postergando la inversión en este campo, deriva en elevados costos, en términos del desarrollo, al inhibir la inversión y las oportunidades de los emprendedores. México ocupó en el año 2000 la posición número 38 en cuanto a infraestructura básica mundial, por lo que se requerirán altos niveles de inversión para mejorar este factor de competitividad”.

Es evidente que si se aspira a posicionar al país en los primeros lugares en el concierto turístico mundial y hacerlo atractivo a la inversión extranjera, no será posible con una infraestructura carretera tan limitada que penosamente ocupa la trigésima octava posición mundial. Además, el propio documento en el apartado de estrategias señala respecto a las condiciones y requerimientos de la red carretera:

“Una oferta competitiva de servicios de comunicaciones y transportes es un elemento imprescindible para apoyar la competitividad general de nuestra economía. En el mundo moderno, servicios ágiles de comunicación y un buen sistema de transporte permiten la integración de los mercados y las cadenas de valor son determinantes de los costos de producción y distribución y se traducen en valiosas economías de escala. Por estas razones, es fundamental asegurar la modernización y expansión de la infraestructura, así como la calidad en la prestación de los servicios de comunicaciones y transportes. En esta tarea y ante la restricción presupuestaria que enfrenta el gobierno, será fundamental buscar esquemas alternativos de financiamiento que permitan allegarse los recursos necesarios para estos fines.

Es indispensable promover las oportunidades de inversión extranjera en México, se propone una estrategia integral que involucre a todas las dependencias de la administración pública federal, con el propósito de asegurar la difusión de dichas oportunidades y la creación de mecanismos apropiados de seguimiento, para mantener a México como destino atractivo para la inversión directa.

“Entre los factores que deben subsanarse se encuentran los rezagos que presenta la red carretera, sobre todo en los 14 corredores que constituyen la columna vertebral del sistema carretero nacional. En particular, resaltan problemas de conexión entre las principales ciudades y los puertos marítimos y fronterizos que reducen la eficiencia del transporte, aumentan sus costos y penalizan la competitividad de la economía en su conjunto. Subsisten también rezagos en el mantenimiento de la red federal de carreteras. El hecho de que más de la mitad de su longitud se halle en condiciones malas o regulares, provoca un incremento en los costos de mantenimiento de los vehículos que circulan por ella”.

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2001-2006

El apartado de Crecimiento con Calidad, punto 6.3 "Solidez Macroeconómica", señala que: "El sector turismo es una prioridad del Estado mexicano y este se ha propuesto asegurar su capacidad competitiva. Se buscará desarrollar y fortalecer la oferta turística para consolidar los destinos turísticos tradicionales y diversificar el producto turístico potencial con que cuenta México, en materia de recursos naturales y culturales. Hacia la mitad de la década de los ochentas, comienza la transición mexicana hacia un "nuevo" modelo de desarrollo económico. Es cierto que unos años antes, presionado por una profunda crisis fiscal, el gobierno federal había empezado a reconsiderar su papel en el proceso de crecimiento; sin embargo, el primer cambio verdaderamente sustantivo se produjo cuando se abandonó, casi de golpe, la política proteccionista en el ámbito del comercio exterior.

Las incongruencias de la política macroeconómica aplicada durante los años setenta, (sobre la expansión fiscal y monetaria en un contexto de tipo de cambio fijo), añadieron problemas y distorsiones a los creados por la excesiva prolongación del modelo de sustitución de importaciones. La consecuencia inevitable fue una grave crisis financiera en el sector externo en 1976, que constituyó el primer eslabón de una larga cadena de episodios similares.

El auge petrolero registrado a finales de esa década, alivió la restricción fiscal y externa de la economía mexicana; sin embargo, en lugar de servir de palanca para reorganizar la planta productiva, se utilizó para continuar con el proteccionismo comercial y con la hipertrofia gubernamental. La crisis de 1982 puso de manifiesto la falta de viabilidad de una fórmula de crecimiento fincada en la explotación de un recurso natural no renovable, en el marco de una economía ineficaz.

La apertura comercial, que arrancó hacia 1985, culminó con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), en 1994. La rápida reducción de los aranceles, la eliminación de los permisos previos de importación y la supresión de otros impedimentos al comercio externo se tradujeron en una realineación drástica de los precios relativos internos. A partir de entonces, los proyectos de inversión han tenido que pasar "la prueba del ácido" de una viabilidad calculada de acuerdo con la estructura de precios del mercado.

La crisis económico-financiera de 1995, provocó cambios drásticos en la conducta de las autoridades y de los agentes económicos, pero no alteró las líneas del nuevo modelo. Seis años después, sus rasgos principales siguen firmes y de hecho, se han acentuado por ejemplo, con la flotación del peso en el mercado de divisas.

Por lo anterior, es necesario explorar nuevas posibilidades de inversión pública y privada, sin perder de vista que el gasto en infraestructura debe responder a criterios de beneficio social y de eficiencia en la asignación de recursos.

Sin embargo, es importante decir que el PND vigente, no debe constituirse en un simple documento de crítica a las políticas económicas pasadas, (porque en todo caso, lo que hasta la fecha está prevaleciendo en este régimen, de acuerdo a los resultados obtenidos, es el continuismo, que de no corregirse, pudiera significar repetir la historia), ni tampoco debe ser un recetario de buenas intenciones. Es por ello que se estima que solo la planeación conjunta y a largo plazo, la coordinación integral y autentica entre las diversas instancias aludidas, el cabildeo profesional, los amarres políticos y la imagen que se pueda vender de México en el extranjero, es lo que le podrá dar viabilidad al actual proyecto de gobierno.

Vale la pena citar como ejemplo de las acciones que afectan la imagen del país, tanto dentro como fuera del mismo, los resultados de un sondeo que realizó el diario Reforma, entre analistas y fiscalistas de Japón, EU, Costa Rica, España, Chile y Venezuela, que colocan a México como el país número uno en modificaciones fiscales y recaudatorias. "Mientras en México se realizan anualmente cambios estructurales en materia fiscal que restan competitividad a las empresas y crean confusión en los ciudadanos, en otros países, incluso con economías menores, las modificaciones son escasas.

Los expertos coinciden en que, además del desgaste y los costos en los que incurren las empresas por las modificaciones fiscales para adoptar sus sistemas de computo, administración y contabilidad, se dificulta la planeación de inversiones a largo plazo".

El artículo publicado, señala que en Australia, no se ha dado ninguna modificación estructural en diez años, en Costa Rica, en diez años ha habido dos, en Chile, no se han registrado cambios importantes en veinticinco años, en España, no se ha modificado desde 1987, en Estados Unidos, el ultimo cambio estructural fue en 1993, en Japón en 1998 fue el ultimo cambio importante, solo México y Venezuela, registran cambios cada año.

Al respecto, el analista venezolano Franklin Zambrano, señaló: "Aquí, los empresarios tienen que estar pendientes de los cambios que se dan año con año en la recaudación de impuestos y en los gravámenes, esto tiene que ver con la gran dependencia que tienen las finanzas públicas venezolanas de los ingresos del petróleo"³⁴.

Por ello, siempre será conveniente que México voltee a mirar los casos de Argentina y de Venezuela, por citar solo a dos países que presentan actualmente características semejantes, y cuyas situaciones críticas en materia política y

³⁴ Diario Reforma, Francisco Benavides y José Manuel López, viernes 11 de enero del 2002, Pág. 1D

económica actuales, evidencian una falta absoluta de consensos, de planeación y de liderazgo político, en lo interno, que afecta dramáticamente la convivencia social y el desarrollo económico. (Aquí la referencia es porque ya antes se experimentaron crisis económicas regionales que afectaban a países como Brasil, Argentina, Venezuela, Perú, y desde luego, México, y lamentablemente esas crisis han sido cíclicas y tan solo en la medida en que se pueda fortalecer la economía sustentable del país, se estará en condiciones de contrarrestar o disminuir sus efectos).

La Ley Federal de Turismo, en su Título Cuarto de la Promoción y Fomento al Turismo, señala en el Capítulo III...

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO.

Artículo 26

El Fideicomiso Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), participará en la programación, fomento y desarrollo del turismo, de acuerdo con lo dispuesto por esta Ley, la Ley de Planeación y las normas, prioridades y políticas que determine el Ejecutivo Federal a través de la Secretaría.

Artículo 27

El patrimonio del Fondo Nacional de Fomento al Turismo se integrará con:

- I. Las aportaciones que efectúen el gobierno federal, los gobiernos de las entidades federativas, los municipios, las entidades paraestatales, y los particulares;
- II. Los créditos que obtenga de fuentes nacionales, extranjeras e internacionales;
- III. Los productos de sus operaciones y de la inversión de fondos; y
- IV. Los demás recursos que obtenga por cualquier otro concepto

Artículo 28

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo tendrá las siguientes funciones:

- I. Elaborar estudios y proyectos que permitan identificar las áreas territoriales y de servicios susceptibles de ser explotadas en proyectos turísticos;
- II. Crear y consolidar centros turísticos conforme a los planes maestros de desarrollo, en los que habrán 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, tomando en cuenta la igualdad a que se refiere la fracción X del artículo 2o. de esta Ley.
- III. 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;

IV. Ejecutar obras de infraestructura y urbanización, y realizar edificaciones e instalaciones en centros de desarrollo turístico que permitan una oferta masiva de servicios turísticos; para dicho fin, el fondo deberá tomar en cuenta en la ejecución de dichas obras las necesidades de las personas con discapacidad.

V. Adquirir, fraccionar, vender, arrendar, administrar y, en general, realizar cualquier tipo de enajenación de bienes muebles e inmuebles que contribuya al fomento del turismo;

VI. Participar con los sectores público, 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;

VII. Realizar la promoción y publicidad de sus actividades;

VIII. Adquirir valores emitidos para el fomento al turismo, por instituciones del sistema financiero o por empresas dedicadas a la actividad turística;

IX. Gestionar y obtener todo tipo de financiamiento que requiera para lograr su objeto, otorgando las garantías necesarias;

X. Operar con los valores derivados de su cartera;

XI. 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;

XII. Descontar títulos provenientes de créditos otorgados por actividades relacionadas con el turismo;

XIII. Garantizar frente a terceros las obligaciones derivadas de los préstamos que otorguen para la inversión en actividades turísticas;

XIV. Garantizar la amortización de capital y el pago de intereses de obligaciones o 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;

XV. Vender, ceder y traspasar derechos derivados de créditos otorgados; y

XVI. En general, todas aquellas acciones que faciliten la realización de su objeto.

De Acuerdo con el Artículo 20 de La Ley Federal de Turismo, Título Cuarto de La Promoción y Fomento al Turismo, Capítulo I de la promoción turística, La Secretaría de Turismo, en el ejercicio de sus atribuciones en materia de promoción turística, nacional e internacional, será auxiliada por la Empresa de Participación Estatal Mayoritaria de la Administración Pública Federal denominada Consejo de Promoción Turística de México:

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO.

Con fundamento en el Artículo 25 de la Ley Federal de Turismo, se crea el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), Empresa de Participación Estatal Mayoritaria de la Administración Pública Federal, a la que se le encomendó la promoción turística de México. Con base en dicho Artículo, el 23 de Marzo del 2000, el Diario Oficial de la Federación (DOF) publicó el acuerdo mediante el cual se ordena concluir el cierre administrativo de las representaciones de la Secretaría de Turismo en el extranjero. Por ello, a partir de enero del año 2000, la SECTUR no desarrolló ninguna licitación pública para la realización de nuevas campañas de publicidad y promoción, debido a la creación del CPTM, en octubre de 1999, quien es el nuevo responsable de llevar a cabo todos los esfuerzos de promoción y publicidad nacional e internacional. Es así, que entre el 15 y el 31 de mayo de 2000, se procedió al cierre de todas las representaciones de la SECTUR en el exterior

El Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, que corresponde a la etapa de creación del CPTM, plantea que la actividad turística es la opción más rápida y viable de desarrollo para algunas regiones del país; que el empleo turístico es de generación rápida, cuesta menos, incorpora fuerza de trabajo joven y de ambos sexos; que nuestro país tiene ventajas relativas extraordinarias por su vecindad con grandes mercados y, sobre todo, por la singularidad de sus recursos. Este programa promueve una estrategia interinstitucional que facilite, desregule y simplifique la normatividad en la materia: "dispondrá lo necesario para contar con una instancia mixta de promoción a la que concurren el gobierno y el sector privado; definirá una estrategia precisa para atraer a mayor número de visitantes de mayor nivel de gasto durante todo el año; y pondrá énfasis en un desarrollo de la actividad que le dé sustentabilidad y revalore la importancia de los recursos ecológicos y culturales hasta hoy limitadamente aprovechados en el sector turismo. El programa contendrá también un plan detallado para promover en mucho mayor medida el mercado nacional para esta actividad"

Las líneas de estrategia para el impulso básico y sustentable de todos los sectores de la economía nacional donde existen rezagos, unos de mayor medida que otros, crea la necesidad de generar políticas sectoriales, para que con mayor rapidez se superen esos rezagos y que permita traducirlos en logros generales y en beneficios concretos. Existen entornos y problemas específicos, capacidades diferenciadas de reacción y efectos sectoriales heterogéneos, que hacen aconsejable la adopción de objetivos y estrategias particulares en ciertos sectores, sin menoscabo de la aplicación de las políticas generales. De ahí que en ese plan de políticas sectoriales se destacara al turismo como una de las grandes estrategias para promover el crecimiento económico sostenido y sustentable.

Los fines y las políticas particulares son objeto de los programas sectoriales cuya elaboración ordena la Ley de Planeación. Es así como se da lugar a las reformas y disposiciones de la Ley de Turismo, donde se reforman los enunciados de los

Capítulos I y II del Título Cuarto, se reforman los Artículos 19 al 25, así como la fracción VII del Artículo 28, y se adiciona un Artículo 36 bis al Capítulo II del Título quinto de la Ley Federal de Turismo:

Capítulo I "de la promoción turística"

Artículo 19.- para efectos de esta Ley, se entiende como promoción turística, la planeación y programación de la publicidad y difusión, por cualquier medio, de la información especializada, actividades, destinos, atractivos y servicios que el país ofrece en materia de turismo, dentro del marco de ésta Ley, de la Ley de Planeación y de las disposiciones que al efecto determine el Ejecutivo Federal, así como las actividades de promoción derivadas de los convenios que se suscriban con los gobiernos de los estados, de los municipios y del Distrito Federal, y con los particulares interesados en incrementar la afluencia turística a México. La política de promoción turística atenderá en todo momento al desarrollo integral del país.

Artículo 20.- La Secretaría de Turismo, en el ejercicio de sus atribuciones en materia de promoción turística, nacional e internacional, será auxiliada por la Empresa de Participación Estatal Mayoritaria de la Administración Pública Federal denominada :

"Consejo de Promoción Turística de México S.A. de C.V."

Artículo 21.- el Consejo de Promoción Turística de México se integra por representantes de los sectores público y privado, teniendo por objeto el de planear, diseñar y coordinar, en coadyuvancia con la Secretaría de Turismo, las políticas y estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional.

Artículo 22.- El Consejo de Promoción Turística de México, en coordinación con la dependencia competente, podrá tener representantes en el exterior para el cumplimiento de su objeto

Capítulo II "del Consejo de Promoción Turística de México"

Artículo 23.- El Consejo de Promoción Turística de México se compondrá de una Asamblea General, de Una Junta de Gobierno, de Un Contralor General, de un Comisario y de un Director General.

La Asamblea General es el órgano supremo del Consejo y se compondrá de todas aquellas personas tanto físicas como morales, ya sea del sector público, social o privado que se obliguen recíprocamente a combinar sus recursos o sus esfuerzos para la realización de la promoción turística, ajustándose a los estatutos orgánicos que al efecto se expidan.

La Junta de Gobierno se integra por veintinueve miembros repartidos de la siguiente manera: quince designados por el gobierno federal, de los cuales uno es de la Secretaría de Turismo, uno de La Secretaría de Hacienda y Crédito Público y uno del Fondo Nacional de Fomento al Turismo; ocho rotatorios por cada tres años de las entidades federativas; cuatro rotatorios por tres años de los municipios

turísticos: los catorce restantes provendrán de los representantes del gobierno federal; estará incluido el presidente del consejo.

Si fuera necesario, por acuerdo de la Asamblea, la junta podrá ampliarse en todo momento, siempre y cuando guarde la proporcionalidad entre representantes de los sectores público y privado que se señala en el párrafo anterior.

El Consejo y su Junta de Gobierno estarán presididos por el secretario de Turismo o por quien éste designe y sus miembros participarán en él de manera honoraria, y tendrán como domicilio legal el Distrito Federal.

El funcionamiento de la Junta de Gobierno, las atribuciones específicas del Director General, de la Contraloría General del Consejo, del Comisario y los procedimientos para designar a los representantes que la integran se detallarán en el estatuto orgánico que al efecto apruebe la Asamblea General, con base en la presente Ley, en la Ley Federal de Entidades Paraestatales y en sus reglamentos. Para el desempeño de sus funciones el Órgano de Gobierno del Consejo De Promoción Turística de México creará los comités técnicos especializados que se determinen, a fin de asesorar al Consejo sobre las áreas o sectores a promocionar.

Artículo 24.- El Consejo de Promoción Turística de México tendrá un patrimonio que se integrará con:

I. Las aportaciones que realice el gobierno federal; dichas aportaciones serán propuestas por la federación, por conducto de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público con base en las necesidades y razones que sean planteadas por la Secretaría de Turismo con el concurso del Consejo de Promoción Turística de México;

II. Las aportaciones que, en su caso, realicen los gobiernos estatales, municipales y del Distrito Federal, así como las Entidades Paraestatales;

III. Las aportaciones que efectúen los particulares;

IV. Los recursos que el propio Consejo de Promoción Turística de México genere, y

V. Los demás recursos que obtenga por cualquier otro título legal.

Artículo 25.- El Consejo de Promoción Turística de México tendrá los siguientes objetivos:

I. Coadyuvar en el diseño de los planes, programas, estrategias y prioridades en materia de promoción turística en el marco de la Ley de Planeación, del Plan Nacional de Desarrollo y del Programa del Sector;

II. Realizar trabajos y estudios relativos al cumplimiento de sus objetivos;

III. Proporcionar, por cualquier medio, información turística especializada a los turistas nacionales y extranjeros que pretendan visitar los destinos y atractivos del país;

IV. Proporcionar bienes o servicios inherentes a su objeto;

V. Obtener recursos complementarios, económicos, técnicos y materiales, en territorio nacional o en el exterior, para el desarrollo de su objeto;

VI. Suscribir convenios con los gobiernos de los estados, de los municipios y del Distrito Federal y con organismos mixtos, estatales y municipales, en el ámbito

de sus respectivas competencias, para instrumentar campañas de promoción turística;

VII. Suscribir convenios con los prestadores de servicios turísticos nacionales y extranjeros y con los particulares interesados en incrementar la afluencia turística a México, con el fin de instrumentar campañas de promoción turística;

VIII. Fomentar, con la participación de los sectores público y privado todo tipo de actividades que promuevan los atractivos y servicios turísticos del país;

IX. Celebrar, con la participación que le corresponda a la Secretaría de Relaciones Exteriores, acuerdos de cooperación turística con órganos gubernamentales y organizaciones internacionales con el fin de promover los atractivos y los servicios turísticos que ofrece el país, y

X. Todas aquellas que sean necesarias para la realización de su objeto.

Artículo 28.- El Fondo Nacional de Fomento al Turismo tendrá las siguientes funciones:

Fracciones I a VI

VII. "Realizar la promoción y publicidad de sus actividades";

Fracciones VIII a XVI

Artículo 36bis.- La Secretaría, con la participación del Consejo de Promoción Turística de México, de las demás dependencias del gobierno federal, de los gobiernos estatales y municipales y del Distrito Federal, así como de los sectores social y privado, elaborará el Catálogo Nacional Turístico que contendrá una relación de los servicios y de los prestadores de servicios turísticos registrados ante la Secretaría, así como de los bienes y recursos naturales, y demás organismos que constituyan o puedan constituir factores favorables para el desarrollo turístico.

Transitorios

Primero.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo.- Las Secretarías de Hacienda y Crédito Público y de Turismo realizarán, en el ámbito de sus respectivas competencias, las gestiones para constituir El Consejo de Promoción Turística de México, dentro de los 150 días siguientes a la entrada en vigor del presente Decreto.

Para tal efecto, al integrarse el Consejo se deberá tomar en cuenta la disposición contenida en el último párrafo del inciso I del punto II (proyecto de gasto programable del Ejecutivo Federal) del Dictamen del Presupuesto de Egresos de la Federación para 1999, de acuerdo con la cual un porcentaje de los Ingresos adicionales que se generen por Derechos Migratorios se pueden otorgar para promoción turística.

Tercero.- Será facultad de la Secretaría de Turismo definir la integración de la primera Junta de Gobierno, en los términos del artículo 23 de esta Ley.

Cuarto.- Dentro de los 90 días contados a partir de la constitución del Consejo de Promoción Turística de México, la Asamblea aprobará su estatuto orgánico.

Quinto.- Se derogan todas aquellas disposiciones que se opongan o transgredan al presente Decreto.

Sexto.- una vez constituido, El Consejo de Promoción Turística de México, se hará cargo de la Administración de los recursos destinados al desempeño de sus objetivos.

IV.- Síntesis ejecutiva del programa

El Consejo se diseñó recogiendo las demandas de los diferentes agentes públicos y privados del sector turismo, así como en las estrategias más exitosas aplicadas en materia promocional.

Su misión.- Posicionar integral y competitivamente a México como destino turístico en los mercados nacional e internacional, resaltando la diversidad de su oferta y la prestación de servicios de calidad.

Su visión.- Ser un Organismo internacionalmente líder en la promoción turística que induzca la participación y sinergia de los diversos actores involucrados en la actividad turística del país y de sus socios comerciales en el extranjero.

El Consejo de Promoción Turística de México contempla las siguientes estrategias a seguir:

Crear en las oficinas en el exterior una estructura organizacional horizontal, con perfil mercadológico y reducida cadena de mando.

Involucrar a los directores de las oficinas en el exterior en la planeación, programación y evaluación de proyectos, así como generar el compromiso de resultados de su gestión.

Flexibilidad en la elaboración de presupuestos operativos de las oficinas y calendarios de ejercicio del gasto.

Dotar a las oficinas en el exterior de total autonomía en el desarrollo de actividades y procesos de promoción aprobados previamente.

Concertar coordinadamente los ajustes a programas y presupuestos en situaciones de coyuntura.

Radicar los recursos según el presupuesto y calendarios aprobados.

Establecer procesos sistematizados a través del uso de tecnología.

Evaluación con base en resultados.

La estructura organizacional de las oficinas en el extranjero aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, considera 50 plazas, que comprenden 15 directores, 18 directores adjuntos, 10 asistentes técnicos y 7 asistentes administrativos, en las siguientes ciudades: Toronto, Montreal, Vancouver, Los Angeles, Houston, Miami, Nueva York, Chicago, Argentina, Chile, España, Londres, Paris, Frankfurt e Italia.(en el presente año se abrió oficina en Japón).

Planeación.- se analizaron las diferentes alternativas para realizar el proceso, considerando diferentes escenarios en donde se evaluaron la pertinencia, calidad y oportunidad, para obtener resultados confiables.

A continuación se relacionan algunas actividades destacadas del CPTM :

Durante los primeros meses del año 2000, se realizó la etapa de planeación para la elaboración del Plan de Mercadotecnia. Para el efecto, se constituyó el comité de mercadotecnia, conformado por expertos de asociaciones y empresas de la industria turística, y se integraron subcomités especializados en mercados y productos turísticos. Se iniciaron los trabajos de investigación de mercado, a través de estudios sindicados como el "Travel Styles" para Norteamérica y el "Word Travel Monitor" para Europa. Con estos estudios, se esta integrando información sobre características demográficas y psicograficas de los turistas de esas regiones que viajan al extranjero y de los que viajan a México; perfiles, procedencia, patrones de compra, estilos de vida, ingresos y motivaciones, entre otros aspectos.

En el año 2000, el Consejo participó en las siguientes ferias: European Incentive & Business, Travel and Meeting Exhibition (EIBTME), de Ginebra, Suiza; America Society of Asociation Executives (ASAE), de Orlando, Florida; Food & Wine en Aspen, Colorado; y Meeting Profesional International (MPI), en Los Angeles Cal.

Destacó la presencia del Consejo en la magna feria mundial Expo Hannover, donde se ofreció información turística especializada, material promocional, en varios idiomas, y se apoyaron eventos promocionales. El Consejo tuvo también difusión internacional en el XXV Tianguis Turístico de México.

Actualmente, se desarrollan novedosos esquemas promocionales, como son los clubes de productos, para atender los segmentos de mercado de mayor demanda e ingreso, de acuerdo con sus características y requerimientos específicos.

Se estructuró un programa de viajes de familiarización, con la participación de los representantes de la industria para apoyar a promotores profesionales, operadores de viajes y representantes de la prensa internacional en sus visitas a México.

La Secretaria de Turismo, Leticia Navarro Ochoa, en su gira de trabajo por Tokio, puso en marcha las oficinas del CPTM en Japón. Publicó la SECTUR³⁵

La visión del Consejo de Promoción Turística de México, se orienta a consolidarse como un organismo internacionalmente líder en materia de promoción turística, induciendo la participación y sinergia de los diversos actores involucrados en la actividad turística de México, así como de sus socios en el extranjero.

Con lo que la misión del Consejo es establecer las estrategias y programas de promoción necesarios para posicionar integral y competitivamente a México como destino turístico en los mercados nacionales e internacionales.

³⁵ Diario Milenio, Pág. 15, 18 de diciembre del 2001.

Existen datos estadísticos que llaman poderosamente la atención; como ya se citó, mas del 80% de los turistas que llegan a México, son de origen estadounidense, y únicamente alrededor del 19% restante viene de Europa, América Latina, Canadá y el resto del mundo, lo que es sorprendente, ya que de acuerdo a las mismas estadísticas, el turismo americano viene de pocas regiones de los EU, lo que deja ver que el mercado potencial de EU, no ha visitado México, caso semejante ocurre con Canadá, que se ubica hasta el cuarto lugar de ingreso turístico a México, por debajo de Europa y de América Latina. Si se considera el alto nivel adquisitivo de estos dos mercados, se concluirá que las estrategias de penetración, difusión, promoción, mercadeo y comercialización, ha sido muy poco explotada. Por ello, será tarea fundamental del CPTM reposicionar al país en el sector, particularmente en esas y otras ciudades. Significa que tan solo el 10% de las ciudades norteamericanas constituyen el grueso de la población que ha visitado México, y sería, desde luego, un nicho muy atractivo promover a México como destino turístico en las cuarenta y cuatro ciudades norteamericanas restantes.

Finalmente, con la presentación de las funciones y atribuciones tanto del FONATUR como del CPTM, queda claro que este último no duplica funciones con el Fondo, toda vez que el Consejo esta orientado fundamentalmente a establecer las acciones, estrategias y programas de promoción para posicionar competitivamente a México en los mercados nacionales e internacionales, en auxilio de la Secretaria de Turismo, y las funciones del FONATUR, son distintas y mucho mas complejas, entre otras: elaborar estudios, crear y consolidar centros turísticos, gestionar permisos de construcción ejecutar obras de infraestructura, enajenar bienes, adquirir valores emitidos, gestionar y obtener financiamientos, otorgar créditos para la ampliación de la infraestructura turística, vender, ceder y traspasar derechos de créditos otorgados, entre otros.

CAPITULO III

ESTRATEGIAS PARA EL REPOSICIONAMIENTO DEL SECTOR

El nuevo modelo de desarrollo nacional que deberá adoptar México, en el marco de la globalización mundial, implica la redefinición y adecuación de ámbitos de participación de los diferentes actores que participan en el desarrollo de las actividades productivas, así como el establecimiento y concertación de conceptos rectores y de una visión estratégica común.

ESTRATEGIAS:

Promover el desarrollo y la competitividad sectorial. La competitividad es fundamental para permitir una participación exitosa de México en la economía global. Los esfuerzos deben orientarse a eliminar las dificultades que inhiben la competitividad y la integración de cadenas de valor, así como a establecer una intensa competencia de mercado en sectores aún no totalmente inmersos en ella.

Una actividad fundamental del gobierno para apoyar la competitividad consiste en establecer un adecuado marco institucional que contemple un ambiente político, jurídico y económico estable, con regulaciones actualizadas y simples que ofrezcan seguridad jurídica para el establecimiento, promoción, desarrollo y mantenimiento de las empresas, especialmente de las micro, pequeñas y medianas.

El sector turismo debe ser una prioridad del Estado mexicano que garantice su competitividad sustentable. Para ello, se deberá desarrollar y fortalecer la oferta turística para consolidar los destinos turísticos tradicionales y diversificar el producto turístico nacional, aprovechando el enorme potencial con que cuenta México en materia de recursos naturales y culturales.

La infraestructura y los servicios públicos son un factor clave para las acciones que se deberán seguir para promover el desarrollo regional equilibrado: Crear núcleos de desarrollo sustentable; apoyar el desarrollo turístico municipal, estatal y regional; implantar programas de desarrollo social y económico en las fronteras norte y sur del país; establecer mecanismos de coordinación con los distintos niveles de gobierno y desarrollar programas para la instalación de empresas en las distintas regiones. Difundir información para promover una cultura en la que se respete el medio ambiente; apoyar a instituciones dedicadas a su conservación; reglamentar el uso y la explotación de acuíferos para optimizar su uso y conservar este recurso; fomentar la adopción de procesos productivos limpios y aplicar políticas de respeto al medio ambiente en las empresas paraestatales, incorporar nuevas áreas naturales a un régimen de protección y conservación, promoviendo alternativas económicas para sus pobladores, y fomentar las unidades de manejo ambiental sustentable que contribuyan a conservar, promover y facilitar la

biodiversidad, a disminuir las probabilidades de degradación de ecosistemas y especies en riesgo de extinción y a fomentar la recuperación de especies de alto significado ecológico, simbólico y económico para la identidad regional y nacional.

competitividad de los sectores económicos y para elevar la productividad general. En materia de infraestructura, se deberá impulsar la inversión y el financiamiento privado mediante la creación de marcos regulatorios transparentes, equitativos y que fomenten la competencia entre los participantes en los mercados, que permitan estructurar, coordinar y financiar los proyectos de inversión que sean socialmente rentables. Se deberá apoyar a los estados y municipios en el fortalecimiento de las áreas de planeación de inversiones, para que cuenten con las condiciones e incentivos necesarios que impulsen la participación del sector privado en el desarrollo y el mejoramiento de la infraestructura pública y los servicios que el sector productivo requiere para su eficaz operación.

Promover con el sector privado, nacional o extranjero, la construcción de una red de carreteras con alta capacidad para accesos a corredores industriales y de abasto, así como la implantación de un buen servicio de mantenimiento a la infraestructura.³⁶

Impulsar una nueva cultura laboral y una reforma del marco laboral que amplíe las oportunidades de desarrollo de los trabajadores, que promueva el trabajo como expresión de la dignidad de la persona, para lograr su plena realización y para elevar su nivel de vida y el de su familia.

Es fundamental que el marco jurídico, administrativo y reglamentario al que se enfrentan los exportadores mexicanos y los inversionistas potenciales, incluya consideraciones de competitividad que promuevan el comercio exterior y la captación de la inversión extranjera.

La gran competencia turística en el mundo obliga a que las acciones y medidas que se adopten en materia económica, y desde luego en el sector turístico, se apeguen a las necesidades de la demanda internacional. Ese debe ser el punto de partida de las políticas legislativas que se deberán promover en México; en caso contrario, se quedaría fuera de todos los esquemas posibles del proceso de regionalización y globalización económica, particularmente en el bloque de naciones de América del Norte, es decir E.U. y Canadá.

Será fundamental que el comportamiento de las tendencias internacionales, en materia turística, sea modelo a seguir en México, en las decisiones que se adopten en la materia.

³⁶ Plan Nacional de Desarrollo, 2001-2006, Gobierno de la República.

EL PAPEL DEL ESTADO.

En México es necesario redefinir el papel del Estado, particularmente en todas las esferas de la producción, incluyendo el turismo, y en ese ámbito, considerar la importancia de la consolidación de la oferta turística tradicional y paralelamente adecuarse a las condiciones demandantes del turismo mundial. Considerando que en la medida en que se especializa la oferta es indispensable establecer estrategias de segmentación mas específicas y desarrollar regiones turísticas que impulsen la desconcentración de flujos en los destinos en los que la sobreoferta pone en riesgo el medio ambiente natural y limita la distribución del ingreso entre los habitantes locales.

El caso de los CIPS, es sin lugar a dudas, el trabajo mas articulado en materia turística realizado por el Estado, a través del FONATUR, con los cuales se consolida el modelo turístico de enclaves. (aun cuando existieron proyectos fallidos, por causas diversas, como Loreto y, en menor medida, Huatulco).

Sin embargo, es importante reconocer que las redefiniciones del papel del Estado en diferentes etapas, muchas veces no se han visto reflejadas en las estrategias de desarrollo turístico, ya sea por las grandes presiones del sector privado o por la propia inercia de los organismos públicos.

La dinámica del turismo así como de su entorno, implican una redefinición del papel del Estado en las diversas instancias nacionales, regionales y locales para responder adecuadamente a los cambios mundiales que se presentan. Por ello, se hace indispensable adecuar los procesos de descentralización y de federalización de las decisiones en las que los diversos actores privados y sociales deberán jugar un papel mas significativo.

El papel del sector público:

Promover la conformación de un ambiente adecuado para los negocios que brinde certidumbre a la inversión, mediante una macroeconomía estable, sin grandes fluctuaciones y que permita fomentar la creación de infraestructura y servicios públicos, en el entendido de que solo sea propiciar, toda vez que la tendencia deberá ser en el sentido de que el Estado tenga cada vez una menor participación en la administración de los servicios públicos. También implica orientar sus esfuerzos a promover y crear las condiciones de competitividad y sustentabilidad para el desarrollo armónico del turismo y buscar la articulación de las diferentes instancias que participan en alguna parte del proceso. Agilizar la descentralización mediante mecanismos locales de operación y consulta. Elaborar políticas de largo plazo y marcos legislativos y normativos en materia de inversiones, transporte, financiamiento, en la conservación y cuidado del medio ambiente, flexibilidad laboral, tenencia de la tierra, formación de cuadros de recursos humanos y seguridad jurídica; asimismo, impulsar la participación organizada de la sociedad,

especialmente de los inversionistas, fundamentales para el reposicionamiento y proyección del sector.

El papel del sector privado:

Como responsable de la inversión, operación, funcionamiento y promoción del turismo, (aunque esta última actividad debe ser, en una primera etapa, de coparticipación con las instituciones públicas, particularmente con el CPTM); Esto implica tener una clase empresarial más organizada, coordinada y propositiva, pero también más nacionalista, tratándose de la interna, y una inversión extranjera que confíe en un proyecto de nación que le ofrezca certidumbre a la inversión, con visión integral y de largo plazo. Ello será básico para fortalecerla y potenciarla.

Los nuevos empresarios estarán obligados a jugar papeles importantes en el diseño del esquema de desarrollo turístico hacia el futuro, que se pueden ubicar en dos categorías: A) micro, pequeños y medianos empresarios, decididos a desarrollar también los nichos de mercado emergentes como puede ser el turismo de aventura, ecoturismo y el turismo arqueológico, entre otros. B) pequeños empresarios comunitarios compuestos por los habitantes ejidatarios de zonas de gran valor natural o cultural.

La importancia de estos nuevos actores podría ser fundamental en la medida en que se descentralicen las decisiones y presupuestos hacia las diversas regiones turísticas, y que se revaloricen los atractivos mencionados. Deberán fortalecerse los mecanismos de interlocución de los múltiples actores participantes, tendientes a incrementar la inversión.

El modelo de desarrollo turístico que se adopte, deberá atacar y disminuir las debilidades del sector y capitalizar y multiplicar las fortalezas y oportunidades del turismo en el país. El nuevo modelo deberá fundamentarse en el desarrollo regional sustentable, contribuyendo así a cumplir los objetivos nacionales en los ámbitos económico, político social y ambiental.

Es imprescindible modernizar, ampliar y profesionalizar al turismo en México; diversificar el producto, consensar entre los distintos sectores productivos y entre los diversos partidos y grupos políticos. Es fundamental abrir las puertas de la aviación a la inversión de empresas extranjeras, aun con los riesgos que ello implicaría para las compañías aéreas nacionales, principalmente Aeromexico y Mexicana, que por lo demás ya son prácticamente estatales, después de la intervención del IPAB, con la aportación de más del 65% de capital del Estado, asimismo, implicaría la apertura de casinos, y desde luego la multiplicación de campos de golf, que no obstante ser una industria altamente rentable en los Estados Unidos y en Europa, en México ha tenido, como se verá, un crecimiento limitado.

El contexto inestable que vive el mundo y de manera directa los EU, tiene un efecto altamente negativo entre muchos sectores de la producción y

particularmente en el relacionado con el turismo; sin embargo, este puede ser el punto de partida para que México se repositone internacionalmente. Si se parte de la idea de que los flujos turísticos mundiales no se van a terminar, con las recientes acciones terroristas, quizás solo se pospongan o modifiquen los destinos, en ciertos casos, México podría capitalizar ese fenómeno social en su beneficio, atrayendo a un sector importante de dichos flujos. Ello hace evidente la necesidad de elaborar un plan agresivo de mercadotecnia, por parte del CPTM y, de desarrollar múltiples programas de publicidad, financiada a través de las diversas instancias privadas existentes enfocado particularmente a los E.U. y a Canadá.

Actualmente el Internet esta modificando los patrones tradicionales de comunicación y facilitando la interrelación entre individuos, y tendrá cada vez una mayor penetración y un creciente impacto en el mercado turístico. En el mediano y largo plazo, pudiera significar la desaparición de los intermediarios que actualmente, en muchos casos, encarecen y limitan mercados de acuerdo con sus intereses; por ello, es de esperarse una gran apertura de la oferta y de la demanda de los buscadores y de los prestadores de servicios turísticos, es decir un contacto directo cada vez mayor. Además, tiene la virtud de ser una magnífica opción con bajos costos de inversión para armar paquetes integrales que recorren el mundo con información completa, que incluye imágenes selectas, instalaciones, servicios, opciones y tarifas al día.

Tomando en consideración que la globalización de toda la actividad económica en el mundo comprende márgenes cada vez mas limitados de independencia en diversas materias y, desde luego, en el turismo, cabe citar por ejemplo la Cumbre de Río³⁷ de la cual surgió la "Agenda 21" que es un programa mundial que provee de un esquema para asegurar el desarrollo duradero del planeta en el siglo XXI. En dicho programa se llegó a una serie de conclusiones dentro de las que destaca el reclamo de la formación de una alianza mundial y equitativa, mediante el establecimiento de nuevos niveles de cooperación entre los países y sectores claves de la sociedad, a fin de integrar el desarrollo y la protección ambiental; es decir, mayores medidas de control y desarrollo mundial. Adicionalmente, existen organismos diversos en materia turística, tales como el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, la Organización Mundial del Turismo y el Consejo de la Tierra, que tienen un interés particular en proteger los recursos naturales y culturales, que son la base fundamental de sus negocios. Por ello, se citan como ejemplo de las restricciones que existen a nivel mundial para desarrollar la actividad turística, atendiendo disposiciones fundamentalmente de carácter ecológico y, en general, de conservación natural.

Es por ello que, en la medida en que se pueda realizar un proyecto turístico de largo plazo, es decir que comprenda los escenarios mundiales que pudieran

³⁷ Celebrada en Río de Janeiro, Brasil en 1992

presentarse en 15 o 20 años, será mas factible mejorar la posición que se tiene actualmente en el concierto turístico mundial y ampliar la captación de divisas y mejorar las condiciones de vida de la población, incorporando a segmentos cada vez mayores de la sociedad, al desarrollo y a sus beneficios.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

Desarrollar proyectos integrales entre todos los sectores productivos, para posicionar mundialmente la "Marca México", particularmente en la coyuntura bélica actual, que bien podría aprovecharse en el mediano plazo, no solo para ser una alternativa viable de viajes que se pudieran cancelar a algunos destinos de EU, sino para ampliar sus redes a otros mercados turísticos como Canadá , Europa, Asia y América Latina.

- Multiplicar la captación de inversiones y de divisas.
- Aumentar la capacidad del sector.
- Incrementar la afluencia de turistas.
- Crear fuentes de empleo.
- Fomentar el desarrollo regional.
- Promover un desarrollo turístico sustentable.

Por su parte, la Cámara de Diputados deberá impulsar y aprobar diversas Iniciativas de Ley, tales como:

- Reformar la Ley Federal de Derechos, que permita obtener un aumento considerable en los recursos para promover el turismo.
- Aplicar tasa cero en IVA a grupos y convenciones provenientes del extranjero.
- Facilitar la internación de vehículos y embarcaciones al país.
- Eleva la competitividad de los destinos turísticos.
- Multiplicar el diseño de Planes Maestros Turísticos.
- Exentar de impuestos las compras de turistas en México, tal y como desde hace muchos años hace EU, es decir devolver el tax a los turistas que lo solicitan.
- Hacer deducibles de impuestos los consumos en los restaurantes.

-Asignar recursos financieros permanentes a programas de becas y de capacitación para el personal de servicios del sector, para mejorar la calidad de los servicios.

-Fijar plazos que pudieran ir de 5 a 10 años de exención del pago del impuesto sobre la renta para aquellas empresas nacionales o extranjeras que inviertan en el sector.

-Agilizar la integración de la Comisión Nacional para la Seguridad en la Actividad Turística, conformada por las Secretarías de Turismo, Defensa Nacional, Marina, Seguridad Pública, Gobernación, Relaciones Exteriores, Economía, Salud y la Procuraduría General de la República, orientada a brindar seguridad a destinos turísticos y a sus visitantes.

-Utilizar una parte importante del tiempo en Radio y Televisión (que aparentemente sigue siendo mal utilizado, subutilizado o desperdiciado), que por ley le corresponde al Estado, para la publicidad de destinos turísticos y en la promoción de paquetes orientados fundamentalmente al turismo nacional, (aunque, existen mas opciones que se deben utilizar, como son los sistemas de televisión mundial por cable, v.gr: el canal Sony Entertainment Television, que presenta documentales promocionales sobre los principales destinos turísticos en el mundo y que, de hecho, ha presentado especiales de 30 minutos, de Cancún y de Los Cabos, que pudiera ser una buena opción para difundir en el mundo los múltiples atractivos turísticos con que cuenta México).

ALTERNATIVAS TURÍSTICAS:

Se deberán impulsar diversas tareas y actividades que, no obstante que algunas de ellas ya se realizan en México, no se explotan en toda su capacidad o bien, en su caso, promover la operación de otras, tales como:

-La reforma del marco legal que permita la operación de casinos en México.

-La creación de torneos internacionales de golf, como la gira anual de la PGA, (Profesional Golf Association), que es el torneo golfístico mas prestigiado en el orbe, y que se celebra en distintos escenarios del mundo, reuniendo a una cantidad impresionante de patrocinadores de firmas publicitarias. México no obstante que tiene un número limitado de Campos de Golf, cuenta con varios de primer mundo, particularmente en Los Cabos, (Cabo San Lucas), que cumplen con las exigencias para ese y otros torneos tradicionales que se realizan en el mundo como: US. Open, British Open, Copa Ryder, The Masters, etc.

-Turismo Cultural y Arqueológico: La enorme riqueza cultural e histórica que posee México, y que pocos países tienen, no ha sido explotada cabalmente; áreas de ruinas prehispánicas, en varios Estados como Hidalgo, Veracruz, Chiapas, Tabasco, Campeche, Oaxaca, Yucatán, etc. casi se han subordinado a un

mercado local y poco productivo; quizás la excepción de un manejo adecuado en este rubro sea Quintana Roo.

-Deportes Acuáticos: Surfing, regatas internacionales de botes, de velas, de lanchas rápidas, en lagos y lagunas, pesca deportiva en zonas como en el Mar de Cortes, (en Los Cabos y Loreto), entre otros.

-Parques Submarinos: En el Mar del Caribe y del Golfo de México existen arrecifes ideales para impulsar el buceo.

-Alpinismo en Montañas y Volcanes.

-Ecoturismo en múltiples regiones de la Republica.

-Museos, Exposiciones de Arte.

-Congresos y Convenciones. Este segmento de Turismo representa una alternativa para disminuir la estacionalidad, logrando un mayor flujo de turistas durante todo el año. Una de las principales características que distinguen al turismo de Congresos y Convenciones es una mayor estancia en destinos, así como un mayor gasto de los visitantes. De acuerdo con la OMT, se estima que cada año se celebran en el mundo mas de tres mil Congresos. El congresista que participa en una reunión internacional es generalmente un destacado profesionista de alto nivel económico y cultural, así como un experimentado viajero, cuya opinión es generalmente aceptada, pudiéndose constituir en un gran promotor turístico del país y destino visitado, además de ser un consumidor de productos de calidad; México tiene sin duda muchos destinos que reúnen características naturales y servicios de infraestructura ideales para celebrar eventos de cualquier naturaleza.

Por otro lado, hay que insistir en que el peso específico del turismo de masas y del turismo alternativo en los movimientos turísticos nacionales e internacionales, dependerán en buena medida de la evolución de las mega tendencias, debido a que las respuestas internacionales serán cada vez mas un elemento condicionante de lo nacional. Será necesario partir de la base de que el gobierno mexicano, al igual que todos los países, tendrá cada vez menor margen de libertad en la fijación de sus políticas, a la vez que el sector privado nacional enfrentara una competencia mas compleja y habrá de competir con las mega empresas transnacionales.

Es importante destacar la importancia que se debe dar al mercado domestico, el cual presenta también la ventaja de ser un catalizador importante de la identidad nacional y del conocimiento de las propias raíces y de una mejor distribución del ingreso y de los satisfactores sociales.

Un punto que deberá atenderse en el corto plazo, es el de la marginación que se da actualmente en algunos centros turísticos nacionales que debido a las altas

tarifas que tienen prácticamente hacen imposible la concurrencia de turismo nacional, operando, casi exclusivamente, como destinos internacionales, baste citar los casos de Cancún, Los Cabos y Puerto Vallarta.

Actualmente, de acuerdo con las condiciones de competencia en los mercados mundiales, los países no pueden aplicar de manera autónoma y aislada, políticas laborales, (e incluso en materia salarial, toda vez que está condicionado por el Banco Mundial y por el Banco Interamericano de Desarrollo), de subsidios, de impuestos, y de propiedad industrial; ello para no mencionar las políticas que se fijan internacionalmente en materia ambiental (vg.: la Cumbre de Río), de Democracia, en procesos electorales, de Derechos Humanos, etc. cuyas políticas están cada vez mas bajo el escrutinio internacional. Desde luego, el turismo será cada vez mas globalizado y también mas controlado en sus actividades, en sus acciones y en sus políticas.

La vecindad con los Estados Unidos es un factor que deberá aprovecharse cabalmente en beneficio del sector; para ello, es menester modernizar la infraestructura en transportes, que por lo demás son compromisos impostergables para cumplir con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte. De esta forma, podrían verse beneficiados de manera relevante los centros turísticos del centro-norte del país. Sería imprescindible modernizar el sistema aeroportuario nacional que es insuficiente y obsoleto; caso concreto el Aeropuerto de la Ciudad de México, cuya definición para ser sustituido fue pospuesta durante casi tres sexenios y apenas recientemente se resolvió por Texcoco, sin ninguna negociación local previa, lo que ha conllevado a crear un problema político y a retrasar su inicio, que en un futuro cercano podría afectar severamente el arribo del turismo internacional a México .

Un factor fundamental es el de la calidad y la calidez de los servicios. Hoy día es obligado constituir una nueva cultura laboral, fundada en una estrecha colaboración entre empleados y la administración de las empresas; paralelamente se deben realizar negociaciones para que auténticamente se modernice la legislación laboral, que implicaría establecer convenios de productividad y, en su caso, replantear la conveniencia de desaparecer el salario mínimo, que en los hechos no ha beneficiado en casi nada a los asalariados, desde luego, es prácticamente impensable que esto pudiera negociarse actualmente, sobre todo por el peso específico del movimiento sindical organizado, pero será indispensable considerarlo como parte de los temas a incluir en la reforma del Estado, que ha sido pospuesta y que necesariamente debería considerar la redefinición del papel moderno de los sindicatos y la necesidad de mejorar la remuneración de los trabajadores que, desde luego, también contribuye a mejorar el ciclo económico nacional.

Por otro lado, se deben fortalecer aspectos tales como la seguridad pública, debido a que la falta de esta, tiene una incidencia directa en la cancelación de paquetes turísticos a México, particularmente porque el problema se magnifica en el extranjero. "El Departamento de Estado Norteamericano, publica en su sitio de

Internet³⁸ sobre el alto riesgo y la violencia que existe en México, especialmente en la Capital del país, en Ciudad Juárez y en Tijuana; advierte de los altos riesgos que enfrentan los visitantes” y sugiere no visitar México, lo cual desde luego desalienta el turismo y no solo al proveniente de los EU, sino también al de otros países, al magnificar y generalizar la situación de inseguridad existente en algunas regiones del país.

“La Secretaria de Turismo presentó ayer al senado su plan de contingencias que echara a andar en las próximas semanas para frenar la caída en el sector, tras los atentados a los EU, incluye una estrategia de promoción de México en el extranjero como un país seguro³⁹ al respecto se publicó recientemente la llamada nota de ocho columnas: “EPR, ERPI, FARP, villistas; guerrilleros mexicanos probables terroristas: ONU”⁴⁰

Existen datos que corroboran que México se ha ido quedando rezagado en materia turística, aun considerando que existen diversos factores a considerar, que determinan el éxito de un país como España, a lo que contribuye desde luego la ubicación geográfica. Sin embargo, lo destacable es que ese país se preparó para desarrollarse turísticamente y los resultados obtenidos son dignos de analizar y de imitar.

De acuerdo con declaraciones del Consejero de Turismo de la Embajada de España en México, Pedro Jesús Fernández,⁴¹ “no obstante que España ocupa una superficie 3.8 veces menor a la de México, cuya extensión territorial se compone de un millón 958 mil 201 kilómetros cuadrados.

Durante el 2000, España capto 31 mil millones de dólares, contra los 8 mil 295 millones de México, y recibió en ese periodo 48 millones 201 mil visitantes, es decir, mas del doble que nuestro país, que llegó en ese año a los 20.6 millones de turistas.

El Consejero aseguró que un factor determinante para mantener al turismo internacional es el grado de “fidelización” de los turistas para regresar. “De ello depende que un turista haga un sitio de su preferencia y México tiene muy poco grado de fidelización”, dijo.

A España el 69.4 por ciento de los turistas internacionales lo han visitado mas de cuatro ocasiones, el 14.5 por ciento en tres, un 15.2 por ciento dos veces y 0.9 por

³⁸ Home Page At [Http://Travel.State.Gob](http://Travel.State.Gob)

³⁹ Víctor H. Michel, op. cit., 5 de octubre De 2001

⁴⁰ Diario Milenio, Guadalupe Angélica Mercado, Pág. 35, 27 de septiembre de 2000

⁴¹ Diario AZ, Iván Peralta, Xalapa, Ver Pág. 5A, 19 de septiembre de 2001

ciento una. "Es importante cuantificar el grado de satisfacción e insatisfacción de los turistas que arriban a un destino".

La vocación y la infraestructura turística, así como el mercado común europeo, ha favorecido a España para que presente estas cifras, cuenta con 16 mil 287 establecimientos hoteleros, que se traducen en un millón 615 mil 607 cuartos de hotel, 264 campos de golf; 2 mil 97 playas en mil 619 kilómetros y 29 casinos, entre otros productos turísticos. Tan solo en las islas Baleares, en el Mediterráneo, se concentra la infraestructura turística con la que cuenta México.

Al respecto, cabe destacar las declaraciones que hiciera Javier Vega Camargo, Director General del Consejo de Promoción Turística de México, (recientemente fue removido del cargo), quien reconoció que para llegar a un buen nivel de "fidelización" o satisfacción de los turistas, hace falta trabajar en la sensibilización y concientización de los prestadores de servicios. Destacó que nuestro país tiene mayor valor agregado en los productos y servicios que se ofrecen por lo que se paga, a diferencia de España o Nueva York.

México, explico el directivo, ha venido trabajando en reducir la brecha en la ubicación mundial como país receptor de turistas y en captación de derrama. "Lo que se ha venido haciendo es dirigir nuestros espacios promocionales en el exterior hacia mercados de mayor capacidad de gastos, que nos permita reducir la brecha para ubicarnos dentro de los 10 primeros lugares". Descartó la posibilidad de que México pueda ubicarse entre los primeros lugares por la composición del mercado.⁴²

CAMPOS DE GOLF

La característica principal de los turistas internacionales, a partir de los años noventas, es que son sumamente exigentes y conocedores, particularmente los golfistas que buscan conocer nuevos campos de golf en el mundo y tienen formado un juicio sobre cuales deben ser las características de los destinos y de los servicios por los cuales pagan.

Los golfistas están considerados a nivel mundial como la elite del deporte, debido a que la practica del mismo implica, en la mayoría de los casos, realizar elevados gastos (aunque estos disminuyen cuando este se practica en campos públicos), que en la mayoría de los casos, están sujetos a personas con niveles altos de ingresos. Ello se puede determinar desde el pago de la membresía, o el pago del green fee (cuota que se paga por jugar un campo de golf), que oscila en precios superiores a 250 dólares por juego de 18 hoyos, la adquisición del equipo de golf, (bolsa, bastones, bolas, tees), en su caso, la adquisición o renta de un carro de golf y/o caddy (ayudante del jugador). Adicionalmente la adquisición de ropa y

⁴² Reforma Diario AZ, Raúl Martiarena, 31 de diciembre del 2001, Pág. 10 D

zapatos de golf que incluye aditamentos como gorras, sombreros y guantes. Cabe observar que todos estos artículos son de marcas reconocidas mundialmente e incluso en México todos los productos mencionados incluyendo el pago de green fee, se cotizan en dólares.

No obstante que actualmente México cuenta con alrededor de 85 campos de golf con acceso al público en general, (contra 264 en España y más de 10 mil en EU), además de los diversos clubes privados que existen, en México, los campos más económicos, por las tarifas que se pagan son los de FONATUR, en Ixtapa, Los Cabos, Huatulco y Loreto, (toda vez que el que construyó en Cancún, se vendió a principio de los años 90), y de que de 1990 a 1999, se construyeron 35 nuevos campos de golf en México⁴³ el número con que se cuenta es sumamente limitado en un país que aspira a competir en el concierto mundial. Basta referir la infraestructura golfista que se tiene en los EU.

En ese mismo período, en Estados Unidos se han construido 3,810 campos, que promediando, significa que construyen 175 Campos de Golf por año. Tan solo en 1998, abrieron 448 campos nuevos. El record es de 1995, año en el que abrieron 468 campos, esto sin contar que en 1999 estaban en proceso 1,069 diseños, de los cuales más de 800 se terminaron a finales de ese año. Si comparamos la infraestructura de campos de golf que se tiene en los E.U. que cuentan con más de 10 mil, concluiremos que en México, en esa área, prácticamente se está en pañales.

Cabe observar que después de Cancún, el desarrollo más exitoso creado por FONATUR, son Los Cabos (Cabo San Lucas y San José del Cabo), y justamente, parte fundamental del éxito de este destino son los campos de golf que se han construido y que atraen a una enorme cantidad de turistas. Ahí se han construido auténticos campos de campeonato tales como: El Palmilla en 1992, el Cabo del Sol en 1993, el Country Club y el Cabo Real en 1995, y El Dorado, construido en 1999. El San José, de FONATUR, no se considera de campeonato por ser de 9 hoyos y se construyó en 1991. Actualmente se continúan desarrollando proyectos para construir más campos privados en ese desarrollo, que desde luego fortalecen el nicho inmobiliario de la zona, que es desde luego el negocio colateral de las grandes empresas inmobiliarias. Adicionalmente se debe decir que la inversión en un campo de golf puede ser positiva al medio que lo rodea, no solo por la creación de empleos, el reordenamiento de los desechos municipales, el aprovisionamiento de agua y el manejo de residuos del campo, desde el punto de vista económico y social, se constituye en un detonador de inversión. Todos estos aspectos pueden representar ventajas a las comunidades circunvecinas.

Otro dato que ilustra muy bien el potencial económico y el gran mercado que tiene el golf en los principales países desarrollados en el mundo es el número de publicaciones que tienen sobre golf: Estados Unidos tiene 19 revistas

⁴³ Revista Especializada en Golf, Woodlands, Golf Magazine, Año IX, número 100 USA.1999.

especializadas, Alemania 12, Francia 11, Italia 10, España 9, existen otros países con menos publicaciones como Austria y Dinamarca con 2. México tiene tres revistas; Golf Pro Am, Golf Tournament y Woodlands, que en realidad son revistas norteamericanas que se editan en México y que incluyen artículos, proyectos y programas de la actividad golfística nacional.

Sin embargo, no obstante la derrama económica y las demás ventajas referidas que provoca un campo de golf, en México, el sexenio pasado se impidió, por cuestiones políticas, la construcción de un campo de golf en Tepoztlan, Morelos, y ello tuvo una repercusión altamente nociva para la inversión en ese ramo en todo el país, retrasando seguramente un flujo enorme de divisas que representa la industria del golf a nivel mundial y que comprende la enorme publicidad, los patrocinios y, con ello, los capitales enormes que esta mueve alrededor de esta actividad en el mundo.

"Actualmente la compañía Centro de Entretenimiento Turístico, busca invertir en México, pretende establecer un mega desarrollo en Laredo y en Reynosa que incluye casino; existen otras empresas como Nevada Palace Company, así como Millenium Gaming, e Island Capri, que actualmente ya realizan cabildos. Buscan invertir alrededor de 400 millones de dólares en hoteles, restaurantes, centro de convenciones, campo de golf, coliseo y casino. La misma empresa tiene el proyecto de invertir adicionalmente también en Cancún y en Boca del Río, Veracruz.⁴⁴

Tan solo en los EU existen 30 millones de golfistas, eso sin contar que el mercado canadiense representan un segmento del mercado importantísimo. También es destacable el alto nivel económico que poseen los golfistas, y la gran cantidad de viajes que realizan alrededor del mundo, buscando siempre nuevos retos y opciones atractivas de campos de golf.

Recientemente se publicó en una página de Internet especializada en cuestiones de golf⁴⁵ "Castigan con Impuestos al golf. Sí de siempre el golf en México ha tenido una etiqueta de elitista, los legisladores mexicanos recién se encargaron de reforzarla. Le aplicaron un impuesto extra que va directamente en contra de quienes empezaban a interesarse... "Otro sector que seguramente se verá afectado por el nuevo gravamen es el de las empresas que ven a los golfistas como sus clientes potenciales y que por ello son copatrocinadores de torneos amateurs o profesionales. El golpe ya está dado y para dar macha atrás seguramente habrá de pasar mucho tiempo".

En materia turística, otro nicho importante a atacar es el mercado europeo, debido a que actualmente México les resulta poco atractivo, o bien muchos quizás no conocen esta opción, no obstante que los europeos viajan de manera importante a países del Caribe, como Jamaica, las Bahamas, las Bermudas o Dominicana. Hay

⁴⁴ Diario Reforma, Rebeca Céspedes, Pág. 1D, 5 de octubre de 2001

⁴⁵ golf.com.mx

que considerar que este es un segmento importante del mercado, ya que estos hacen estancias mas largas con niveles mayores de consumo y de gasto promedio.

Ese viajero exige niveles de servicio mucho mas altos que el turismo tradicional que visita México, si el esquema se adopta para atraer a ese mercado, se tendría que pensar en establecer altos estándares de servicio para esa clientela, que implicaría diseñar programas de servicio, de entrenamiento, de idiomas, e incluso de capacitación cultural. Cabe observar que ese segmento de mercado es muy ordenado y que generalmente programa sus vacaciones con seis o mas meses de anticipación, lo que permitiría organizar las necesidades de los grupos en particular y garantizar prácticamente el éxito en cada caso, que se traduciría en la multiplicación de la demanda, en un aumento en el grado de fidelización y en la mayor captación de divisas.

CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES

La propuesta que se plantea como tema central implica, desde luego, dar prioridad al desarrollo sustentable del turismo en México, a efecto de que el mismo se reposicione en beneficio del sector y del país.

Por ello, resultó fundamental presentar el panorama mas amplio posible del contexto, no solo histórico del sector sino, del estado actual. Ello conllevó aspectos de carácter económico, político y social. El turismo está vinculado directa o indirectamente con diversos asuntos que han quedado rezagados, muchos de los cuales incluso forman parte de la denominada agenda nacional que se firmó a finales de octubre del año pasado, por parte de las principales fuerzas políticas nacionales, y que contemplan la necesidad de incrementar los recursos para el combate a la pobreza, la generación de empleos y la creación de infraestructura; también pretende fomentar una política cultural mas activa, que va desde crear nuevas fuentes de empleo y proteger las existentes, hasta establecer una sólida política de seguridad pública y revertir el desequilibrio ecológico; en el campo económico se vincula con la reforma de la Hacienda Publica.

Sin embargo, es importante mencionar que esta propuesta tendría como punto de partida las reformas a la Ley Federal de Turismo que, no obstante que ya no se sometió a discusión para su aprobación, en la polémica sesión extraordinaria (diciembre del 2001), del Congreso de la Unión, se podría poner a discusión en el próximo periodo ordinario de sesiones del presente año, que inicia justo en marzo.

El turismo podría ser un aporte fundamental en el mediano y largo plazo, para atender muchos de los rezagos sociales y económicos del país y contribuiría a detonar el crecimiento del turismo nacional, con objeto de que éste mercado sea aprovechado de manera mas eficiente y en consecuencia, se incremente sustancialmente la derrama económica, particularmente ahora que, como ya se vio, se presenta una nueva crisis en la industria del petróleo y recesión en las empresas maquiladoras.

Por otro lado, tampoco es sano que la economía nacional se apoye demasiado en los envíos de los inmigrantes, ni mucho menos es recomendable que para cubrir su déficit financiero, recurra a la alternativa facilona de incrementar impuestos o de cancelar subsidios engañosos como el que supuestamente otorga al sector eléctrico, considerando que las tarifas eléctricas que se pagan en México se ubican hasta en un 300% por arriba de los costos que se pagan en los países socios de México en el TLCAN, ya que ello, no solo genera desconfianza en el gobierno y malestar social, sino que además, inhibe la inversión nacional e internacional al país particularmente, como ya se vio, en un contexto mundial altamente competitivo en el que se valoran y analizan todas las variables económicas, políticas y sociales para determinar la colocación de capitales. Es decir, que a mediano y largo plazo dichas políticas simplistas pudieran ser altamente negativas para el país.

Por otro lado, es importante destacar que si bien, las condiciones existentes hoy día en el concierto mundial obligan a que el papel de los Estados sea replanteado, dejando de ser propietarios de activos, en este caso, de activos turísticos, e incluso administradores, para convertirse en promotores de inversión, también es cierto que ello no debe ser pretexto para rematar bienes nacionales, particularmente aquellos que operan con márgenes de utilidad. Lo anterior viene a colación porque el 15 de junio del 2000, ocurrió otra desincorporación del Estado; el hotel las Hadas, considerado como uno de los mejores resorts del mundo, fue vendido por el IPAB a la empresa Texana Land Mark Organization, la cual inmediatamente lo revendió a Grupo Hotelero Brisas en 17 millones de dólares, con una ganancia de mas de dos millones de dólares, pese a que entre 1964 y 1974 se invirtieron 33 millones de dólares en su edificación, (eso, sin contar la plusvalía que adquirió el bien, durante mas de 25 años de operación).

Es importante reconocer también que el gobierno federal no ha podido en su segundo año de gestión impulsar ningún proyecto estratégico en el Congreso y la agenda de ambos poderes, el Ejecutivo y el Legislativo, ni siquiera han coincidido. Por ello, resulta indispensable que modifique su estrategia en la relación con el Congreso, debido a que, en el periodo ordinario de sesiones recién concluido, no se presentaron iniciativas de ley por parte de los legisladores o del Ejecutivo, relacionadas directamente con el sector turismo, como la autorización para que operen casinos y casas de juegos de azar en México, o bien la devolución de impuestos a turistas extranjeros, o la aplicación de plazos de gracia para inversionistas nacionales o extranjeros en el pago del impuesto sobre la renta, etc. y las únicas reformas vinculadas al sector que hubo, fueron el mencionado apoyo a la aviación y el incremento al impuesto de caza, que al parecer fue contraproducente y que prácticamente dejan al sector turismo en las mismas condiciones, lo que hace impostergable realizar desde ahora un arduo trabajo de gabinete, tendiente a definir los proyectos prioritarios que se deberán impulsar, integrando a los diferentes actores que intervienen y seguidamente, realizar los cabildeos necesarios con las diferentes fuerzas políticas representadas en las Cámaras, a efecto de obtener los consensos y en su momento los votos necesarios para sacar adelante las iniciativas de ley que permitan contar con el marco legal necesario para modernizar auténticamente al sector.

Están dadas las condiciones para abrir las puertas de la aviación a la inversión de empresas extranjeras, aun con los riesgos que ello implicaría para las compañías aéreas nacionales, lo cual nunca se ha significado en el establecimiento de tarifas competitivas que permitan el acceso creciente de connacionales a estos servicios, que por lo demás ya son prácticamente estatales, después de la intervención del IPAB, con la aportación de mas del 65% de capital del Estado. Ya es tiempo también de que el gobierno desista de canalizar recursos públicos al recurrente rescate de empresas en problemas financieros, (como el fallido rescate carretero), que históricamente se han convertido en negocios para unos cuantos, baste revisar la lista filtrada de los principales acreedores del FOBAPROA, asimismo,

implicaría la apertura indispensable de casinos, y desde luego la multiplicación de campos de golf.

El conocimiento sobre los atractivos del país, podría incrementar el interés por acudir a este destino y alimentar el deseo de viajar y satisfacer sus expectativas en México.

En el futuro próximo, la tecnología en teleinformática y específicamente el Internet, seguirá abriendo nuevas oportunidades y debe esperarse una explosiva ampliación de los servicios ofertables. En el caso del sector turismo, el impacto de estas tendencias será enorme, ya que la actual intercomunicación hace más fácil obtener información sobre una gran cantidad de destinos.

Si bien la recesión y la crisis actual en los EU, afecta ya a la economía nacional y al sector turístico, este puede ser el punto de partida que impulse al propio sector y lo reposicione en el mercado mundial. Hoy Estados Unidos ya no es más un país de "riesgo cero" y ello pudiera ser favorable para el turismo en México.

En un mundo de competencia abierta y agresiva no se puede aspirar a crecer y desarrollarse y paradójicamente, auto limitarse por tener un marco jurídico obsoleto y restrictivo. Los capitales están en busca de las mejores condiciones para invertir y quizás haya que recordar que el capital no tiene nacionalidad, y que si el país no se moderniza, empezando por la legislación respectiva, no solo no llegaran esos flujos de inversión, sino que se estará limitando el desarrollo del país y quizás de generaciones completas de ciudadanos cada vez con menos oportunidades.

Si el argumento de los legisladores para rechazar la apertura de los casinos y de las casas de juego en México, (aunque desde el sexenio Salinista ya operaban en México algunas casas de apuestas -brokers-, propiedad en su mayoría de Jorge Hank Rhon, cuyas concesiones fueron canceladas posteriormente), es que ello generaría la proliferación de la prostitución, del narcotráfico y el lavado de dinero, habría que documentarse con los datos duros que al respecto existen en México y que presenta Jorge Fernández Menéndez en su obra "Narcotráfico y Poder", sobre estos temas, que van desde la existencia de diversos cárteles de la droga, que hace muchos años operan en las principales ciudades de México, hasta datos estadísticos contundentes sobre las redes de prostitución que controlan diversas zonas de la geografía nacional, particularmente Tijuana, Chihuahua, Guadalajara, el Distrito Federal, y Cancún.

Por otro lado, es digno de reflexionar el porque a nivel internacional, fundamentalmente en los E.U.A., no se adoptan medidas relevantes para sancionar acciones financieras en los bancos que como el City Bank, realizan operaciones a todas luces de lavado de dinero, lo cual queda ampliamente documentado por el prestigiado columnista del New York Times, Andrés Oppenheimer, autor, entre muchos otros, del libro "Ojos Vendados, Estados Unidos y la corrupción en América Latina", en el cual se documenta plenamente

que dicho banco recibía capitales provenientes del narcotráfico, incluso de origen mexicano, con inversiones en Sudamérica, específicamente en Argentina y depósitos en Nueva York, con operaciones trianguladas a las Islas Caimán, sin embargo, dicho banco continua operando a nivel mundial sin ninguna restricción relevante a la institución, (que no fue mas allá del despido de funcionarios menores). Es decir, que la negativa para la apertura de los casinos no seria una condición para que se generaran añejos problemas existentes en México y en el mundo entero, sobre los que poco se ha hecho para disminuirlos o al menos contenerlos, y sin embargo, con dichas restricciones a la apertura de estos, se afecta gravemente un flujo de inversiones que pudiera ser importantísimo para el país y la derrama proveniente no solo del incremento del turismo sino, sobre todo, de un nivel mayor de gasto por turista, lo que contribuiría a disminuir la brecha significativa que existe ahora al ocupar el séptimo y el catorceavo lugar en el ámbito mundial, en el rubro de turistas ingresados y de ingresos recibidos.

México debe capitalizar lo que ocurrió recientemente en los EU, ya que ello ocurre también en los negocios; "todas las acciones competitivas se fundan en la idea de que se desean obtener y capitalizar los beneficios que obtiene la competencia", sobre todo, siguiendo las estrategias que realizan en los Estados Unidos, de contribuir a que se desprestigie a México, incluso en publicaciones de organismos oficiales como el propio Departamento de Estado Norteamericano.

Por otro lado, cabe mencionar que en el 2001, de acuerdo con información de la Secretaría del Trabajo, se perdieron en México mas de 382 mil empleos, equivalentes al 3% del empleo formal, lo que representa la peor caída desde 1995. El 82% de los empleos perdidos eran de carácter permanente, según los registros del Instituto Mexicano del Seguro Social. Sin embargo, existen otras cifras no oficiales y quizás poco confiables, pero que llaman a reflexión sobre la gravedad del problema del desempleo en México, como las publicadas por la Universidad Obrera de México (UOM), que indican que en el 2001 se perdieron 818 mil 744 empleos.

Ello contrasta con lo que propuso la administración del Presidente Fox, en su programa económico, de crear 1.35 millones de empleos al año, ya que en los primeros 13 meses de su gestión se cancelaron mas de 600 mil plazas laborales.

Los pesos específicos del turismo de masas y del turismo emergente en los flujos turísticos internos y receptivos de México, dependerán en buena medida de la evolución de las mega tendencias por una parte, pero también de las decisiones que se tomen en materia de política turística, así como de las posibles respuestas del sector empresarial (no solo las mega empresas trasnacionales, sino también las empresas nacionales y las pequeñas y medianas empresas emergentes). Por ende, no existe un modelo único o un modelo absolutamente predecible. Baste citar los atentados terroristas recientes a los Estados Unidos y los efectos desastrosos que les ha ocasionado en toda su industria, particularmente en materia turística, y los efectos negativos inmediatos para el mismo sector e incluso para la industria maquiladora en México.

El paradigma que enfrentará México es, por un lado, continuar basando el desarrollo de su economía principalmente en los recursos provenientes de las empresas maquiladoras, del petróleo, y en tercer lugar, del turismo, apuntalados por los recursos que envían los inmigrantes, (que tristemente, es resultado del desempleo en el país y de los bajos salarios que existen), o peor aun, recurrir nuevamente al crédito externo.

La opción sustentable es el turismo; Por que no impulsar al sector como la punta de lanza del proyecto de desarrollo nacional, apoyado desde luego por los demás sectores de la producción mencionados, (que permitan aspirar a lograr lo que hizo España, que hoy día basa su boyante economía en el turismo). Dificilmente se podrá encontrar una mejor propuesta de un proyecto sustentable para el país, con visión de largo alcance. Las cifras demuestran que el petróleo y los recursos que este genera, tienden a agotarse; (o bien, tendríamos que pensar en la posibilidad intangible y poco probable de que se hicieran realidad las especulaciones respecto a los enormes yacimientos petroleros que pudiera haber en Chiapas, o en el Golfo de México, lo que desde luego no tiene ninguna certidumbre). Por otro lado, es preocupante la diferencia en los altos costos que pagan en México las industrias maquiladoras por la mano de obra, comparativamente con los bajísimas tarifas que les representa dicho costo en otras latitudes, algunas incluso, en el mismo continente, lo que hace pensar que estas inversiones en México tienden a decrecer (de acuerdo a la tendencia del año pasado), y quizás, a emigrar y con ellas, las fuentes de empleo que generan.

Por ello, se insiste en que la opción es ampliar el abanico de opciones, diversificando la actividad económica con proyectos sustentables y de gran futuro como el turismo, y por otro lado, definir si se continuará con el modelo turístico tradicional, o bien, desarrollar un modelo alternativo y altamente competitivo que permita a México aspirar a posicionarse como uno de los destinos turísticos mas atractivos en el mundo, e impulsar sus expectativas y su economía a estadios superiores. Se tienen todos los recursos indispensables para lograrlo; a saber: bellezas naturales, raíces históricas, riquezas arqueológicas, diversidad ecológica, fauna y pesca, variedad gastronómica y calidad humana; faltarían aspectos básicos, pero también fundamentales de voluntad política, de talento en la planeación, de convicción absoluta sobre las bondades de esta industria, sustentadas en las decisiones que en materia de política turística se adopten en las mas altas esferas de decisión del país, así como de las expectativas que se logren generar internacionalmente para no desalentar y, por el contrario, atraer y multiplicar las inversiones del gran capital, para lo cual también será indispensable trabajar sobre el mejoramiento de la percepción y de la imagen que se tiene sobre México, partiendo de que hoy día, mundialmente esa imagen deja mucho que desear. Es imprescindible paralelamente, modernizar, ampliar y profesionalizar al turismo en México; diversificar el producto, consensar entre los distintos sectores productivos y hacer los amarres políticos necesarios entre los diversos partidos y los grupos sociales mas representativos.

Una consideración importante que se debe hacer para impulsar decididamente al turismo, mediante la apertura total a la inversión extranjera, es que los capitales que se obtengan para el sector, fundamentalmente en hotelería, en la creación de zonas residenciales, en la construcción de casinos, de campos de golf, de centros comerciales, de restaurantes y bares, de centros de convenciones, de escuelas y de hospitales privados, de clubes deportivos, etc, será una inversión perdurable y con un efecto multiplicador para el país; es decir que no tendrá la característica de los capitales golondrinos que se presentan en diversas áreas de inversión, incluyendo el capital invertido en la industria maquiladora, y el capital especulativo como el de las inversiones en la Bolsa Mexicana de Valores, o en las casas de bolsa, (que en 1987 fue el instrumento para saquear a miles de incautos), o en el capital de agio, como el de los Bancos, (hoy prácticamente, casi en su totalidad, en manos de los grandes corporativos mundiales, incluyendo el mismísimo Banco Nacional de México, (Banamex), adquirido en la presente administración, (en una operación que no fue gravada fiscalmente, en mas de 10 mil millones de dólares), justamente por el referido City Bank).

En ese esquema, al Estado le competiría dotar a los desarrollos con las obras de infraestructura básicas como carreteras, electricidad, alumbrado, centros de abasto, suministro de agua potable y drenajes, escuelas públicas, unidades habitacionales, rellenos sanitarios, seguridad pública, etc. que permitan al turismo desarrollarse mejor, promover las inversiones necesarias en el sector para su crecimiento, colaborar con el sector privado en la promoción del turismo dentro y fuera del país, revisar los marcos regulatorios del sector para simplificarlos y hacerlos menos discrecionales, y promover la capacitación de los recursos humanos de calidad requerida por el sector.

El descrédito y desmantelamiento gradual del Estado benefactor, a nivel mundial, ha tenido también una respuesta reflejo en nuestro país, contribuyendo al proceso de adelgazamiento del aparato público. Acciones de intervención que antes eran propias de las entidades públicas, para mejorar la distribución de la riqueza, tienden a adquirir rasgos propios de la beneficencia privada. Las atribuciones del Estado en la prestación de ciertos servicios pasan así a instituciones privadas o a manos de la sociedad civil organizada. Pero el abandono público de estas tareas no se ha visto acompañado de un proceso de reducción de la carga impositiva.

A largo plazo, el nuevo reparto de tareas entre lo público y lo privado, parece insostenible sin una reforma fiscal integral, y no como la que recién se hizo y que mas se asemeja a una miscelánea fiscal improvisada. Dentro del nuevo modelo de desarrollo que ha adoptado nuestro país, el sector público tiene asignado el papel de promotor y regulador de las actividades económicas. Al respecto, el presidente del Consejo de Promoción Turística, Isaac Finkler, reiteró que los empresarios del sector interpondrán "una lluvia de amparos" -que ya iniciaron- contra la mas reciente reforma fiscal y que existe un interés por mantener una comunicación constante con los legisladores para que entiendan "la importancia del sector, que de ninguna manera puede considerarse suntuario.

Por otro lado, si bien es justo reconocer que en materia turística, se han hecho buenas cosas a lo largo de cinco décadas, es igualmente importante reconocer que se puede hacer mucho más, ya que ciertas tendencias turísticas del pasado han perdido vigencia y es entonces necesario actualizar las estrategias y establecer nuevas líneas de acción.

Finalmente, se debe decir que la visión crítica que se presenta sobre los resultados que ha presentado el turismo en México y sobre las limitaciones que se han dado, es desde luego más complejo que ofrecer un simple recuento de los logros que ha obtenido el sector, a través de las diversas instancias gubernamentales, que significaría hacer tan solo un recuento de las bondades y los logros alcanzados, sin embargo, ello quizás no hubiera motivado ni siquiera a la más mínima reflexión, indispensable para tener un punto de partida con pretensiones de encontrar y plantear alternativas viables para modificar el rumbo.

Es evidente que si el sector no cuenta con una estrategia perfectamente diseñada para dirigir y aterrizar los proyectos, será difícil desarrollarlos; hoy está claro que no existió un trabajo de planeación y de cabildeo auténticamente profesional en el Congreso de la Unión, e incluso se habla de la ausencia de mecanismos legales de coordinación que ha generado fricciones entre las Cámaras de Diputados y la de Senadores que genera una lenta discusión de reformas y una escasa aprobación de iniciativas, por la falta de responsabilidades conjuntas, (actualmente se hallan detenidas 24 iniciativas legales, que carecen de la aprobación de alguna de las dos Cámaras, lo que ha impedido que estos ordenamientos modificados pasen al Ejecutivo para su publicación en el Diario Oficial, y con ello entren en vigor), que hacen pensar que tampoco hubo trabajo de gabinete encaminado a desarrollar no solo una estrategia de trabajo con el legislativo, (que además está dividido, es decir sin mayoría absoluta para ningún partido, lo que dificulta más los acuerdos) sino fundamentalmente a definir el Proyecto de Nación a que se aspira.

Por todo ello, se buscó destacar los aspectos que han limitado al sector para competir en el mercado mundial con más y mejores recursos, que de corregirse, pudieran significar contar con un mejor desempeño del sector y obtener beneficios cuantitativos y cualitativos a corto plazo, para mejorar, por la vía de la creación de infraestructura y de la generación de empleos estables, y ampliar el desarrollo y mejorar la calidad de vida de un mayor número de mexicanos. Con esa intención se han vertido datos estadísticos, cifras comparativas y declaraciones varias de representantes y funcionarios vinculados con el sector, que en algunos casos son críticas sustentadas a lo que se ha hecho en materia turística, y también con otras fuentes de ingresos, o bien, opiniones favorables sobre el rumbo seguido, ya que ello permite tener un panorama más objetivo y amplio del contexto actual y de las perspectivas que presenta el sector en lo particular.

Con el desarrollo temático realizado, se ha intentado reconocer que el modelo turístico adoptado en México, ha impulsado el desarrollo en diversas regiones del país y también ha generado divisas para el mismo; pero por otro lado, se destaca que éste ha sido insuficiente y que de no modificarse el rumbo, el modelo

adoptado corre el riesgo de quedarse rezagado en la competencia mundial, que implicaría ahondar el deterioro de los destinos, la pérdida de la competitividad y también de mas empleos, limitando también las opciones de crecimiento económico a alternativas inestables en las que no se puede ni se debe apostar exclusivamente el desarrollo y el futuro de la Nación.

Asimismo, se hizo evidente la necesidad de replantear las estrategias del desarrollo nacional en México, y se planteó que la mejor opción es el turismo alternativo, de acuerdo con el potencial que tiene el país, en el marco de un mayor desarrollo regional, considerando las variables económicas, sociales, políticas y ambientales, existentes, así como sus efectos en el desarrollo integral, a partir de una visión que estimule y promueva la participación de las diversas instancias gubernamentales, los empresarios y operadores turísticos, así como de otras ramas productivas que intervienen en la actividad, lo que desde luego, ocurre en los países turísticos exitosos, ya que en muchos casos esto ha permitido crecer y estimular la actividad hasta alcanzar los altísimos niveles de competencia que tienen, incluyendo también como beneficiarios a las comunidades locales receptoras, históricamente marginadas.

La misión y la visión de un buen gobierno debe estar muy por encima de la actitud cómoda de dar continuidad a los proyectos institucionales tradicionales (y siempre criticados) y paralelamente, incrementar los márgenes de endeudamiento externo y la canalización de recursos financieros exultantes para cumplir puntualmente con los compromisos de pago contraídos, o de financiar rescates carreteros y crear fondos de protección solo para beneficio de grupúsculos financieros, o bien, paliar el déficit financiero con incrementos abusivos a las tarifas de servicios públicos y mediante el aumento arbitrario de impuestos diversos que terminan irritando a los diversos sectores productivos y a la sociedad toda.

Es entonces conveniente plantearse cual es la posibilidad real de salir de los constantes escenarios de riesgo que ha provocado una recesion económica permanente, de constantes limitaciones y sacrificios sociales; el paradigma es también como evitar la dependencia casi total de la economía estadounidense y como salir del lento crecimiento y del estancamiento crónico, presente en México cuando menos desde los años 80, que erosiona la confianza en el aparato público y genera incertidumbre financiera, que restringe las metas de crecimiento y empleo, y que dificulta la gobernabilidad, todo lo cual se traduce en indicios preocupantes de una crisis compleja del modelo de desarrollo económico nacional.

Es por ello que el gobierno debe mostrar también voluntad de cambio e imaginación para construir escenarios futuros en los cuales aterrizar proyectos ambiciosos que impulsen y den sustento a las aspiraciones de crecimiento económico, que se traduzca auténticamente en la obtención de mejores niveles de bienestar social y de calidad de vida de la población. De lo contrario, corre el riesgo de perder credibilidad, confianza y legitimidad.

BIBLIOGRAFÍA

Anderson, Jonathan, Redacción de Tesis y Trabajos Escolares, Ed. Diana 17a. Impresión, México, 1997

Anuario Estadístico Tomo I y II, Edición 2000, INEGI Gob. Edo. de Veracruz

Baena Paz, Guillermina, Manual para Elaborar Trabajos de Investigación Documental, México, Emu, 1984

Boullon, Roberto, Las Actividades Turísticas y Recreacionales, México, Trillas, 1984.

Caramon Arana, Cristina, La Ficha de Investigación, Colegio de Ciencias Y Humanidades, 1978

Cárdenas Tabáres, Fabio, Proyectos Turísticos, Ed. Trillas, México, 1991.

Casparius Robledo, Rodolfo, Turismo La Opción, México, 1982

Chao, Federico, 100 Años de Golf en México, Federación Mexicana de Golf, México, 1999

Compendio Estadístico del Turismo en México, 1999. Sector

De La Torre, Oscar, El Turismo Fenómeno Social. FCE, México, 1984.

Estadísticas del Medio Ambiente, México, 1999 Tomo II, INEGI, Semarnap.

Gitlow Ventura, Howard S., Panificación para La Calidad, La Producción y la Posición Competitiva, Madrid, 1997.

Hernández Michel, Susana, Lecciones Sobre Metodología de Las Ciencias Sociales, UNAM, 1985

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, INEGI. México, 2000

México Hoy, INEGI.1999.

Molina, Sergio. Conceptualización del turismo. Limusa, 1991, México

Oppenheimer, Andrés, Ojos Vendados, Estados Unidos, y la Corrupción en América Latina, Ed. Plaza & Janes, México, 2001

Organización Mundial de Turismo, Introducción al Turismo, OMT, Madrid 1997.

Oseguera, Eva Lidia, Taller de Lectura y Redacción 1, Sexta Reimpresión, Publicaciones Cultural, México, 1987

Pardinas, Felipe, Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales. Vigésima Segunda Edición , Siglo XXI, México, 1980.

Plan Nacional de Desarrollo 2000-2006

Rojas Soriano, Raúl, El Proceso de La Investigación Científica, Ed. Trillas, México, 1985

Salazar Palacios, Manuel, Turismo Planeación, Administración y Perspectivas, Ed. Limusa; México, 1999.

Vernon, Raymond, El Dilema del Desarrollo Económico de México, 10ª. Edición, México, 1981

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**