

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
SOCIALES

IMPACTO DEL TURISMO EN MÉXICO: DEL
SEXENIO DE MIGUEL DE LA MADRID AL
SEXENIO DE VICENTE FOX

ALUMNA: MACIEL CASTILLO GABRIELA

RELACIONES INTERNACIONALES

ASESOR: LIC. PEDRO MEDINA RODRIGUEZ

Ciudad Universitaria Enero del 2008



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A Dios
Por colocarme en este mundo en el vientre de una gran mujer y regalarme una vida maravillosa.

A mi Mamá

Por educarme con amor, por las enseñanzas recibidas y todos tus sacrificios.
Porque gracias a tu trabajo y entrega hoy soy una profesionalista.

A mi Papá

Por cada minuto de trabajo, por los valores aprendidos a lo largo de mi vida y sobretodo por la confianza depositada tan entrañablemente en mí.

A mi Esposo

Por todos los días de felicidad que hemos compartido, por los momentos difíciles, por tu apoyo incondicional, por tu confianza, pero sobre todo por enseñarme que nada es imposible cuando se ama de verdad.

A mi Hija

Por existir, por tu ternura y cariño, porque tu amor me inspira cada día a darte lo mejor de mí.

A mis Hermanos

A Blanca, por todos los momentos compartidos, por regalarme la dicha de ser tía, y por ser el ejemplo a seguir para llevar este proyecto a feliz término.

A Pablo, porque siempre estás ahí cuando más te necesito. Te Quiero Mucho.

A Mica

Por todo el apoyo que me ha brindado y por el cariño sincero que le profesa a mi amada hija. Porque gracias a sus cuidados me ausenté con la tranquilidad, cuando tuve que hacerlo.

A mis Tíos y Tías

Por contribuir con mi formación y apoyarme sin condición durante toda mi vida.

A Familia Park Baek

Por su apoyo, cariño y confianza. Gracias por hacerme parte de su familia.

A mis mejores Amigas

Por compartir conmigo tantos, tan difíciles, bellos e inolvidables momentos. Las llevo en el corazón.

A mis Profesores

Que participaron en mi desarrollo profesional, de quienes aprendí mucho y a quienes nunca olvidaré por ser parte fundamental de este logro.

A mi Asesor Lic. Pedro Medina Rodríguez

Por su paciencia, por el tiempo invertido en la realización de este trabajo, pero sobretodo por sus sabios consejos en el ámbito académico y en la vida misma. Gracias por ser un excelente profesor y un gran ser humano. Este triunfo también en suyo.

ÍNDICE

Pág.

INTRODUCCIÓN	4
---------------------------	---

CAPITULO I

1. EL TURISMO

1.1 Antecedentes y conceptos generales.....	8
1.2 Definición de turismo.....	9
1.2.1 Modalidades de turismo.....	15
1.2.1.1 Turismo social.....	17
1.2.1.2 Turismo sustentable.....	21
1.2.1.3 Turismo cultural.....	25
1.2.1.4 Turismo alternativo (Ecoturismo).....	27
1.2.1.5 Turismo de negocios.....	28
1.2.1.6 Turismo de salud.....	29
1.2.1.7 Turismo náutico y deportivo.....	30
1.2.1.7.1 turismo cinegético.....	30
1.3 Importancia del turismo.....	32
1.3.1 Importancia económica.....	32
1.3.2 Importancia sociocultural.....	34
1.3.3 Importancia política.....	35
1.3.4 Importancia medioambiental.....	36
1.4 Turismo Internacional.....	38
1.4.1 Importancia económica del turismo a nivel mundial.....	38
1.4.2 Rasgos actuales del turismo.....	47
1.4.3 Tendencias del turismo.....	49

CAPÍTULO II

2. EL TURISMO EN MÉXICO	52
2.1 Panorama histórico del turismo en México.....	55
2.2 Importancia del turismo en la economía nacional.....	64
2.3 El mercado turístico mexicano.....	65
2.4 Competitividad del producto turístico mexicano.....	68
2.5 Los servicios turísticos.....	69

CAPÍTULO III

3. IMPACTO DEL TURISMO EN MÉXICO 1982-2006.....	75
3.1 Impacto del sector turístico en México durante el Gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado 1983-1988.....	76
3.1.1 Programa Nacional de Turismo 1984-1988.....	78
3.1.2 Evaluación de Resultados del Programa Nacional de Turismo 1984-1988.....	84
3.1.3 Evaluación general al periodo 1982-1988.....	97
3.2 Impacto del sector turístico en México durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari 1989-1994.....	100
3.2.1 Programa General de Modernización del Turismo 1991-1994.....	105
3.2.2 Evaluación de resultados del Programa General de Modernización del Turismo 1991-1994.....	106
3.2.3 Evaluación general al periodo 1989-1994.....	114
3.3 Impacto del sector turístico en México durante el gobierno de Ernesto Zedillo Ponce de León 1994-2000.....	116
3.3.1 Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1994-2000.....	125
3.3.2 Evaluación de resultados del Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000.....	128
3.3.3 Evaluación general al periodo 1994-2000.....	138

3.4 Impacto del sector turístico en México durante el gobierno de Vicente Fox Quesada 2000-2006.....	141
3.4.1 Programa Nacional de Turismo 2001-2006.....	148
3.4.2 Evaluación de resultados del Programa Nacional de Turismo 2001-2006.....	157
3.4.3 Evaluación general al periodo 2000-2006.....	168
CONCLUSIONES.....	175
PROPUESTAS.....	185
BIBLIOGRAFIA.....	189

INTRODUCCIÓN

México cuenta con todos los recursos necesarios para generar corrientes turísticas importantes, la naturaleza lo ha dotado de bellezas extraordinarias y de una multiplicidad de climas, por tal motivo se puede afirmar que es un país que cuenta con importantes recursos turísticos.

La fusión de la cultura europea y la del continente americano produjo en nuestra patria un nuevo estilo de arquitectura: la colonial mexicana que se plasma en extraordinarios testimonios que son la admiración de todo aquel que los contempla. Nuestro acervo cultural, la vida social, el sentido de anfitrión, nuestra característica hospitalidad, son elementos que organizados y planeados deben desarrollar esta industria tan noble y positiva.

El turismo es una de las actividades más importantes en la economía de un país; juega un papel fundamental porque además de estimular el desarrollo de las diversas regiones del país, genera empleos directos e indirectos, capta divisas y proyecta a todos los países del orbe las tradiciones, folklore, avances científicos y tecnológicos y, en general, nuestra circunstancia cultural.

En cuanto a las relaciones internacionales, recordemos que el turismo permite la cooperación entre los pueblos del mundo y promueve la paz, al tiempo que en el interior del propio país motiva el acercamiento y la comprensión entre los mismos mexicanos.

A través de las representaciones turísticas en el mundo México se hace presente y compite con varias potencias mundiales en la captación de turistas; prueba de ello es que actualmente nuestro país ocupa el octavo lugar mundial en captación de turistas, debajo sólo de Francia, España, Estados Unidos de América (en adelante EEUU), China, Italia, Reino Unido y Hong Kong¹.

¹ Organización Mundial de Turismo (OMT), Barómetro del Turismo Mundial, Vol. 3, No. 2, Junio de 2005, p 9.

A través del turismo, México tiene relaciones cordiales con la mayor parte de los pueblos del mundo de tal manera que nuestros destinos resultan sumamente atractivos, miles de turistas nos visitan llevándose en la mayoría de los casos buena impresión de nuestro país y de su gente lo cual nos da reconocimiento en el ámbito internacional como pueblo y nuestra cultura se difunde.

A fin de proporcionar las directrices de esta importante actividad, el gobierno federal, ha implementado a lo largo de los años diversos Programas Nacionales del Sector Turismo. Para efectos de esta investigación se analizarán los que corresponden al periodo comprendido entre 1982 y 2006. El objetivo de este trabajo es evaluar el impacto de la actividad turística en nuestro país tomando como base el análisis de dichos programas de desarrollo turístico y sus principales resultados en los cuatro últimos periodos presidenciales.

Con este análisis se pretende identificar si se ha tratado de proyectos turísticos de largo plazo o proyectos que se han modificado radicalmente en cada administración. Con base en lo anterior, se podrá determinar cuáles han sido los avances más significativos en esta materia y se evaluará el impacto económico del Sector Turismo en nuestro país en los últimos veinte años.

Con la información que aquí se presenta se analizarán las tareas realizadas por las administraciones gubernamentales del periodo comprendido entre 1982-2006, para explicar cómo, cuándo y por qué se han logrado los avances más significativos en este sector y cuál ha sido la principal problemática de los Programas Nacionales del Turismo. Con ello se pretende aportar, más que elementos descriptivos, un análisis propositivo que permita comprender la importancia del turismo en nuestro país y así hacer planteamientos fundamentados de cómo debería encaminarse este sector para explotar su potencial al máximo con el fin de lograr los siguientes objetivos:

1. Lograr un avance significativo en la creación de empleos por concepto de turismo con mejor remuneración económica.
2. Aumentar los ingresos en la economía nacional y con ello contribuir a saldar la cuenta corriente de la balanza de pagos.
3. Dar continuidad al desarrollo de los centros turísticos existentes y promover la creación de nuevos polos turísticos ya que esta actividad es un importante motor de desarrollo regional.
4. Proyectar al resto del mundo un turismo mexicano de calidad, en recursos naturales, infraestructura y recursos humanos calificados, que haga posible atraer un mayor número de turistas internacionales y las divisas que los turistas generan.
5. A tiempo que se genera desarrollo a través del turismo se deben cuidar los recursos naturales de nuestro país: playas, bosques, lagos, selvas, ciudades prehispánicas y coloniales, en general todos los recursos de la naturaleza y en particular los veintisiete sitios de nuestro país declarados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (UNESCO) patrimonio cultural de la humanidad.

La UNESCO ha reconocido hasta ahora en México 27 lugares como Patrimonio Cultural de la Humanidad por ser testimonios del genio humano y del desarrollo histórico que deben ser preservados y compartidos con los demás pueblos del mundo y las generaciones futuras. Desde 1987, los lugares que han alcanzado esta categoría son los siguientes: **1987** Centro Histórico de la Ciudad de México y Xochimilco Centro Histórico de Oaxaca y Sitio Arqueológico de Montealbán Centro Histórico de Puebla Ciudad Prehispánica de Palenque Ciudad Prehispánica de Teotihuacan Reserva natural de Sian Ka'an **1988** Centro Histórico de Guanajuato y minas adyacentes Ciudad Prehispánica de Chichen Itzá **1991** Centro Histórico de Morelia **1992** Ciudad Prehispánica de El Tajin **1993** Centro Histórico de Zacatecas Pinturas rupestres de la Sierra de San Francisco Santuario de ballenas de El Vizcaíno **1994** Monasterios del siglo XVI en las faldas del Popocatepetl **1996** Centro Histórico de Querétaro Ciudad Prehispánica de Uxmal **1997** Hospicio Cabañas **1998** Zona Arqueológica de Paquimé Zona de monumentos históricos de Tlacotalpan **1999** Zona Arqueológica de Xochicalco Centro histórico de Campeche **2002** Ciudad maya

de alakmul **2003** Misiones franciscanas de la Sierra Gorda **2004** Casa estudio de Luis Barragán **2005** Islas y áreas protegidas del golfo de California **2006** Plantaciones de agave y antigua zona industrial de Tequila Ciudad Universitaria. Además, desde 2001, la UNESCO ha buscado proteger también las demostraciones culturales inmateriales como el idioma o las tradiciones populares. De acuerdo a este criterio, el organismo internacional reconoció en 2003 las festividades indígenas del Día de Muertos como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad².

6. Con el fin de lograr el aprovechamiento de la actividad al máximo resultaría de gran utilidad la creación de una carrera turística de gran nivel a escala nacional e internacional.
7. Lograr que el turismo nacional promueva la integración e identificación nacional y cultural entre los grupos sociales de las diversas regiones del país, permitiendo así un intercambio de tradiciones, costumbres, historia, hábitos y manifestaciones culturales.
8. Aprovechar al máximo todas las modalidades de turismo que hoy se conocen: turismo social, turismo sustentable, turismo cultural, turismo alternativo (Ecoturismo), turismo de negocios, turismo de salud, turismo náutico y deportivo, turismo cinegético etc. ya que cada modalidad atrae diferentes tipos de turistas y la derrama económica que con ellos se genera es de vital importancia para el buen funcionamiento de la económica mexicana.
9. Finalmente, concluir de que una actividad tan importante para el país como lo es el turismo, requiere un trato especial, que involucre planeación estratégica en la que todos los actores del turismo se encuentren seriamente involucrados y con ello lograr convertir a México en una potencia turística mundial.

² Redacción EL UNIVERSAL. México: tierra de maravillas [en línea]: Ciudad de México, 09 de julio de 2007. < <http://www.eluniversal.com.mx/notas/435794.html>.> login: bn (consulta septiembre 2007).

CAPÍTULO I

1. EL TURISMO

1.1 Antecedentes y Conceptos Generales

El turismo, la movilidad y la migración humana son fenómenos de la vida moderna, pero existen desde las primeras civilizaciones. Son muchas y muy variadas las razones por las que desde el inicio de la historia el ser humano se ha desplazado de un lado a otro, entre ellas podemos señalar: la necesidad de moverse buscando alimento, cazar, recolectar frutos y buscar tierras fértiles para la agricultura; este desplazamiento se ha propiciado también por severos cambios climáticos, por la presencia de las guerras, o por cuestiones religiosas. Todas estas han llevado a nuestros ancestros a cambiar de residencia temporal o permanentemente.

El nacimiento del turismo moderno tiene lugar al término de la Segunda Guerra Mundial ya que la construcción de carreteras, el uso del automóvil y la aprobación de leyes que permitían el mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores (principalmente en los países desarrollados), dieron al turismo el carácter masivo con el que hoy se conoce.

Fueron diversos los factores que se conjugaron para la expansión de esta actividad, uno de los fundamentales fue la acumulación de recursos económicos en las naciones desarrolladas lo que permitió mejor distribución del ingreso en la población, se dio un incremento en el poder adquisitivo de la misma favoreciendo ampliamente el desarrollo de la actividad turística.

El turismo como fenómeno es muy antiguo pero su auge fue generado en gran medida por los avances generados en materia de transporte³, ya que con ello disminuyeron los tiempos empleados en los viajes, simultáneamente con el desarrollo del transporte, se fomentó el intercambio comercial, social y cultural

³ Rafael Pardo Priego, "*México ante la expansión turística Internacional*", en: Avances tecnológicos que generó la Revolución Industrial en los siglos XVIII y XIX FCPyS, UNAM, México 1994, p.9.

entre los pueblos de diversos continentes. Es necesario señalar que las razones que han movido al hombre para desplazarse de un lugar a otro no han sido únicamente los fines materiales, sino que se han movido también para “satisfacer la curiosidad, para aprender o para descansar haciendo una pausa en sus ocupaciones cotidianas”⁴.

Es indispensable analizar algunas de las definiciones más importantes de turismo que se han dado a lo largo de la historia. De esta forma podremos contar con una noción de turismo más completa, a partir de la cual comenzaré esta investigación.

1.2 Definición de Turismo

La palabra “turismo” tiene su origen etimológico en el vocablo primitivo Latín *tornare* o del sustantivo *tornus*, cuyas connotaciones resultarían sinónimas de “viaje circular”. La conceptualización ha provocado una polémica en cuanto a su verdadero significado, pero a efecto de esta investigación tomaremos la definición que proviene de la expresión inglesa “to tour” salir de excursión, y que deriva a su vez del antiguo término francés “tour” cuyos significados son: torno, paseo y viaje⁵. Los términos *touris* y *tourish* fueron incorporados recién los inicios del siglo XIX al *The Shorter Oxford English Dictionary*, como galicismo con las siguientes acepciones.

Turista: persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación.

Turismo: la teoría y la práctica de viajar, haciéndolo por placer⁶.

A pesar de que los viajes por placer ya se practicaban en la antigüedad, no es sino hasta 1919-1938 que comienzan a aparecer las definiciones de turismo. Los alemanes fueron quienes iniciaron el estudio de esta actividad.

⁴ Rodolfo Casparius, Turismo: la opción, Instituto de Estudios políticos, Económicos y Sociales, México 1982, p. 23.

⁵ Oscar De la torre Padilla, El turismo: fenómeno social, Fondo de Cultura Económica, México, 1980. p. 16.

⁶*Ibid.*

Glücksman, economista teórico de la llamada escuela Berlina publicó los primeros trabajos sobre turismo y destacó su definición de turismo, misma que dio a conocer en 1929: “el turismo es la afluencia de personas de un lugar determinado y en donde no poseen lugar fijo de residencia”⁷.

Schwinck teórico que compartía la escuela de Glücksman, aportó una definición más completa al considerar al turismo como: “aquel movimiento de personas que dejan temporalmente su lugar de origen o residencia por motivos que tengan relación con el espíritu, su cuerpo o su profesión”⁸.

A partir de la Segunda Guerra Mundial y con el auge del turismo se amplían los estudios acerca de esta actividad y sobre los fenómenos políticos, sociales y económicos que trae consigo. También surgieron definiciones como las de turista e industria turística.

En 1942 los profesores suizos de la Universidad de Berna W.Hunziker y K. Krapf señalaron al turismo como el conjunto de relaciones y fenómenos ocasionados por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, en tanto dicha permanencia y desplazamiento no estuvieran motivados por una actividad lucrativa.

En 1955, José Ignacio de Arriaga definió al turismo como “todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro, el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos, las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar”⁹.

En México el Instituto Mexicano de Investigación Turística (IMIT) lo define como: “el desplazamiento humano de un espacio vital a otro temporal, la diferencia entre

⁷ Rafael González A. Alpuche, Temática y Legislación Turísticas, Segunda Edición, Asociación Nacional de Abogados, México, 1978, p. 75.

⁸ *Ibid.* P. 76

⁹ Mario Rodríguez López, Teoría General del Turismo, Scott, Foresman and Company, USA, 1982, p. 9.

uno y otro es el ámbito geográfico donde las personas obtienen los medios económicos para subsistir”¹⁰.

Para efecto de esta investigación considero importante la definición de industria turística que da el IMIT: “es el sector económico de servicios básicos, de alojamiento y alimentación vinculados, de agencias de viajes y de transporte de pasajeros; complementados por otros de recreación y venta de productos típicos y apoyados en conjunto, por una serie de actividades productoras de bienes y servicios”¹¹.

Octavio Getino aporta una definición de actividad turística muy interesante, identificándola como “el desplazamiento voluntario de un individuo o de un grupo de individuos a lugares distintos de su espacio habitual de residencia y en el que no se persigue ningún fin económico o de trabajo profesional, sino únicamente con el propósito de recreación, cultural o de descanso”¹².

Del mismo modo, una de las definiciones básicas es la que emplea la Organización Mundial de Turismo (OMT) según la cual: “el turismo se entiende como una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales en todo el mundo. Su auge está vinculado al desarrollo socioeconómico de las naciones y estriba en el acceso del hombre al descanso recreativo, a las vacaciones y a su libertad de viaje, en el marco del tiempo libre y del ocio, cuya naturaleza profundamente humana subraya. Su existencia misma y su desarrollo están íntegramente vinculados a un estado de paz duradera al cual el turismo, por su parte, está llamado a contribuir”¹³.

¹⁰ *Ibíd.*

¹¹ Maribel Osorio García. La teoría de los sistemas aplicada al turismo [en línea]: 27 de noviembre 2005. <<http://pensandoturismo.com/template.php?archivo=osorio.htm>> login: bn (consulta: 17 marzo de 2006).

¹² Octavio Getino, Turismo y desarrollo en América Latina, Limusa, México, 1987, p.37.

¹³ *Ibíd.* p. 24.

Esta definición me parece la más apropiada ya que nos habla del turismo como una actividad esencial para las naciones y menciona la importancia de sus consecuencias directas en diversos sectores de los países como son: económico, social, educativo y cultural. Además, toma en cuenta la importancia del turismo en las relaciones internacionales de todo el mundo.

Por su parte, Manuel Ramírez, en su libro *Teoría General del Turismo*, considera que el turismo debe entenderse como “un conjunto definible de relaciones, servicios e instalaciones que interactúan cooperativamente para realizar las funciones que promueven favorecen y mantienen la afluencia y estancia temporal de los visitantes”¹⁴.

Debemos considerar que el significado de turismo es muy extenso y diverso, pero para efectos de este trabajo, bastaría con apuntar que el que con más frecuencia encontramos es “la acción de viajar con fines de descanso, recreación y esparcimiento”. El destino de los viajes puede encontrarse dentro del mismo país o en el extranjero y puede decirse que el propósito fundamental del turismo es la distracción, que permita dejar de lado por unos días las presiones cotidianas derivadas del trabajo y la rutina diaria para ocupar el tiempo libre en una actividad relajante.

La acción del turismo debe entenderse, entonces, como la originada de un desplazamiento temporal y voluntario a otros espacios distintos de los de residencia habitual con el fin de disfrutar del tiempo libre sin ningún propósito remunerativo o profesional.

El turismo da origen a un conjunto de relaciones, servicios e instalaciones generadas en virtud de los desplazamientos humanos. En palabras de Lundber Mink en su libro *Tourism Economics*: “Tourism has several dimensions other than economic, among them the complex of interactions and their consequences that

¹⁴ Manuel Ramírez. *Teoría General del Turismo*, Edit. Trillas, México 1996, p. 185.

occur before, during, and after a tourist trip. There are also psychological, sociological, ecological, and political travel impacts”¹⁵.

Así, describe al turismo como una actividad que concentra cientos de negocios dentro de los que se incluyen aerolíneas, arrendadoras, agencias de viajes, restaurantes etc. El turista origina esta interacción de negocios, por ello se convierte en el eje central de esta actividad.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT) “un turista es toda aquella persona que permanece en el país visitado por lo menos 24 horas y por motivos diferentes al de ejercer una profesión remunerada en el lugar visitado”¹⁶. La actividad turística también se encuentra definida en Leyes y Reglamentos como es el caso de la Ley del Turismo en México, la cual define al turista como: “la persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta ley...”¹⁷.

A lo largo de la historia el ser humano ha realizado desplazamientos por distintos motivos. Así, los primeros viajes realizados por el hombre tuvieron motivaciones religiosas, culturales, por curiosidad o por placer. Un ejemplo de ello es el caso de los desplazamientos a Olimpia para participar o presenciar los eventos deportivos que allí tenían lugar; o los viajes que realizaban los romanos a algunos manantiales a los que atribuían propiedades curativas¹⁸.

A la caída del Imperio Romano en el siglo V los viajes por placer dejaron de ser practicados. Durante la Edad Media, sólo un número reducido de personas se atrevía a viajar, pues resultaba peligroso ya que los caminos no se encontraban en buen estado y estaban acechados por ladrones.

¹⁵ Lundber, Mink H Stavenga & M. Krishnamoorthy Jonh Wiley and Sons, Inc United States of América 1995. p. 4.

¹⁶ Organización Mundial de Turismo, citado en la Secretaría de Turismo, *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, México, 2001, p.31.

¹⁷ Ley Federal de Turismo [en línea]: <<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/119.pdf>>, login: bn (consulta: Febrero 2007).

¹⁸Véase a Oscar De la Torre Padilla, *op cit.* p.16.

En el Siglo XI y XII cuando se realizaron las cruzadas, los viajes se volvieron más frecuentes y adquirieron un carácter religioso, pues fueron realizados por cristianos hacia lugares considerados sagrados en Europa y también Oriente Medio¹⁹.

Durante el Renacimiento los viajes adquirieron un carácter educativo y cultural. Con el surgimiento de las universidades, cada vez más Ingleses pertenecientes a la aristocracia y a la clase media naciente realizaban viajes con fines educativos. Hacia 1670 los manantiales que eran visitados por cuestiones de salud, en virtud de que se les atribuían propiedades curativas, se convirtieron en verdaderos centros turísticos pues se incluyeron espectáculos, juegos de azar y bailes²⁰.

Para la segunda mitad del Siglo XIX los viajes se hicieron más populares y frecuentes puesto que la industrialización de Inglaterra permitió innumerables avances en el terreno de los transportes. Cabe señalar que los posteriores avances en el marco jurídico laboral vendrían a repercutir fuertemente en el turismo. Recordemos que gracias a la mejora en los salarios y las prestaciones, fue que muchos trabajadores tuvieron la oportunidad de comenzar a viajar.

Algunos autores señalan que durante el periodo 1900-1914, la actividad turística mostró un ligero crecimiento, mismo que se vio interrumpido bruscamente por la Primera Guerra Mundial (1914-1918). A partir de 1919 y hasta una década posterior, se observó un crecimiento que una vez más se vio interrumpido, ahora por la crisis de 1929 que originó la crisis del turismo en 1932²¹.

El inicio de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) significó casi la total paralización del turismo. A pesar de que después de la conflagración mundial las economías tardaron en recuperarse, el turismo creció poco a poco hasta alcanzar

¹⁹ Véase a Donald E Lundberg, Manual de Organización y Administración de Turismo, vol. 1, ediciones CENTRUM, España, 1986, p. 12.

²⁰ Alfonso de Jesús Jiménez Martínez, Turismo Estructura y Desarrollo, Interamericana, México, 1984, p. 3.

²¹ Véase a Luis Fernández Fuster, Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo, Ed. Alianza, España, 1985, p. 55.

cifras sorprendentes en los cinco lustros posteriores al conflicto mundial (1949-1973) dando origen al “boom turístico”²².

A partir de la década de los ochenta el turismo cobró importancia en todo el orbe, y en particular en nuestro país, por ello esta investigación está dedicada al impacto del turismo a partir del gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado 1983 y Finaliza con la administración de Vicente Fox Quesada 2006.

Hoy en día el turismo tiene diversas modalidades, es importante conocerlas para incluirlas en los nuevos proyectos de desarrollo turístico del México, ya que de estas nuevas modalidades de turismo podría depender el éxito de esta importante industria en nuestro país en el corto y largo plazos.

1.2.1 Modalidades de Turismo

Resulta de Fundamental importancia entender las formas y tipos de turismo, ya que la medición de la actividad y la integración de las cuentas turísticas dependen de la clasificación de los visitantes, si egresan o ingresan al territorio nacional, si son extranjeros o nacionales, o si pernoctan o no en el lugar destino.

La OMT señala diferentes formas de turismo: 1) turismo doméstico, se refiere a residentes visitando su propio país; 1) turismo receptivo, se refiere a no residentes procedentes de un país determinado; y 2) turismo emisor, que son los residentes del propio país que se dirigen a otros países²³.

Todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo se denominan visitantes, y ésta es la unidad básica para el conjunto del sistema de estadísticas del turismo. El visitante es aquella “persona que se desplaza a un sitio diferente de su lugar habitual de residencia, con una duración del viaje inferior a doce meses y cuyo

²² Carmen López Porras “La Competitividad por el turismo mundial :el caso de México” FCPyS UNAM, México 1992 p.22.

²³ Véase a la Organización Mundial de Turismo, Op. Cit.

propósito no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado”.²⁴ Cabe anotar que para determinar si una persona es “visitante” habrá que tomar en cuenta el entorno habitual, la duración de la estancia y el propósito del viaje.²⁵

Los visitantes pueden clasificarse en visitantes que pernoctan, aquellos que permanecen al menos una noche en algún tipo de alojamiento; y excursionistas, aquellos que salen de su entorno habitual y retornan el mismo día. Si se toma en cuenta el país de residencia, los visitantes pueden clasificarse en internacionales y nacionales o internos²⁶.

Visitantes internacionales: persona que viaja por un periodo no mayor a doce meses a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

Visitantes nacionales o internos: residente de un país que viaja dentro de éste por una duración no mayor a doce meses a un lugar distinto de su uso habitual y cuyo motivo de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

Turistas (visitantes que pernoctan): un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país.

Visitantes del día (excursionistas): un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. Se incluye a los pasajeros en cruceros, así como los propietarios o los pasajeros de yates y los pasajeros que participan en un programa de grupo y están alojados en un tren.

La clasificación anterior da origen a las diferentes formas de turismo con las que se elaboran las cuentas de turismo y las estadísticas del sector:

Turismo interno o doméstico: comprende a los residentes del país en el que se elaboran las cuentas y que se desplazan al interior de ese mismo país.

²⁴ INEGI-SECTUR, *Cuenta Satélite del Turismo de México 1998-2003*, s.p.

²⁵ La Cuenta Satélite del Turismo señala que el concepto de “entorno habitual” evita que se incluyan como visitantes a las personas que realizan frecuentes desplazamientos entre su domicilio y su centro de trabajo, estudio u otros lugares, ya que esas acciones refieren la movilización de un lugar de ambiente habitual a otro, lo cual representa viajar pero no hacer turismo. Deben tomarse en cuenta elementos como la distancia recorrida, la duración mínima de ausencia del lugar de residencia habitual y el cambio de localidad territorial. No obstante, no son consideradas turistas las personas refugiadas y migrantes; diplomáticos y el personal de consulados; los trabajadores fronterizos, estacionales o viajeros laborales diarios, puesto que su lugar de residencia o de trabajo corresponde a su entorno habitual. El documento señala también, que el propósito del viaje puede ser clasificado como a) de ocio y recreación; b) visitas a amigos y parientes; c) negocios y profesionales; d) tratamientos de salud; e) religión; y f) otros motivos. Fuente: INEGI – SECTUR, Op. Cit.

²⁶ *Ibíd.*

Turismo receptivo o de entrada: comprende las personas no residentes que viajan al país en el que se registran las cuentas.

Turismo egresivo o de salida: comprende a los residentes del país compilador de las estadísticas que viajan a otra nación.

Los tipos de turismo descritos son excluyentes entre sí, pero al combinarse generan, además, las siguientes formas de turismo:

Turismo interior: comprende al turismo interno y al receptivo, es decir, las personas que viajan dentro del país donde se compilan las cuentas, sin importar su lugar de residencia.

Turismo nacional: comprende al turismo interno más el egresivo, es decir los residentes del país en que se realiza la compilación, sin importar el destino de su viaje.

Turismo internacional: comprende el turismo que viaja al exterior (egresivo o de salida) y el que procede del extranjero (receptivo o de entrada).

Finalmente habría que señalar que las definiciones de turismo fueron evolucionando debido al auge que fue cobrando esta actividad. Así, surgieron innumerables estudios sobre efectos físicos, socioculturales y económicos de este sector y derivado de éstos al turismo se le ha conceptualizado de acuerdo a características particulares. A continuación se abordan otros conceptos de turismo que tienen mayor importancia en esta investigación.

1.2.1.1 Turismo Social

El Turismo Social aparece, como concepto y como práctica, alrededor de la Segunda Guerra Mundial. Se intensificó la preocupación en satisfacer esta necesidad de los trabajadores, a lo largo de las tres décadas de crecimiento intensivo de la economía mundial hasta los setenta.

El Turismo Social se puede definir de la siguiente manera: "toda empresa de turismo cuyo acto de fundación o cuyo objetivo principal indique claramente que persigue un proyecto de interés general y que busca la accesibilidad del mayor número posible de personas a las actividades de ocio turístico (diferenciándose así de la sola maximización de utilidades) puede reivindicar su pertenencia al

turismo social. La palabra social significa de entrada, solidaridad, fraternidad y esperanza para todos aquéllos (tan numerosos en el mundo) que esperan todavía ejercer su derecho a las vacaciones"²⁷.

Al hablar de Turismo Social lo podemos hacer en sentido estricto o en sentido lato. El Turismo Social en sentido estricto debe entenderse como "el conjunto de actividades y fenómenos resultantes de la participación en el turismo de los actores de la economía social bien definidos"²⁸.

Como actores de la economía social bien definidos deben entenderse a los trabajadores, los patrones, los sindicatos, los gobiernos federal y estatal quienes al participar en la actividad turística en conjunto, pueden lograr que más personas hagan turismo.

Por otro lado su definición en sentido lato nos dice que el Turismo Social es un: "conjunto de programas, proyectos y actividades que buscan hacer efectivo el derecho a las vacaciones y hacer accesibles los viajes a todos los grupos de la población... pero, también, consiste en una búsqueda de mejoramientos en la calidad de relación entre los visitantes y las comunidades que los reciben"²⁹.

Se debe contemplar que dichos programas, proyectos y actividades en materia de turismo que realizan los actores de la economía social, deben realizarse con continuidad y conocimiento de las necesidades de los grupos más vulnerables para permitirles a ellos ejercer su derecho a hacer turismo.

En este sentido, la nueva Carta del Turismo Social Mundial afirma que "el objetivo primario de todas las iniciativas de desarrollo turístico debe ser la realización plena de las potencialidades de cada individuo, tanto como persona que como

²⁷ Art. 13 de la Declaración de Montreal 2001. [en línea]: <<http://www.turisos.net/social/montreal.htm>>, login: bn (consulta: 17 Mayo de 2006).

²⁸ Estatuto de Bureau Internacional de Turismo Social (BITS) de acuerdo a la modificación de la Asamblea General del Congreso de México, Mayo de 2002.

²⁹ Extracto del documento: "*La Ambición del Turismo Social: un Turismo para Todos sustentable y solidario*" Louis Jolin, profesor del Departamento de Estudios Urbanos y Turísticos, Escuela de ciencias de la Administración, UQAM, Febrero de 2004.

ciudadano³⁰. El turismo puede y debe iniciar la promoción del desarrollo, la integración y la cohesión social. Dentro de esta perspectiva, el turismo social intenta jugar tanto el papel de modelador de la sociedad como de promotor de crecimiento económico, lo mismo que participante en las prácticas de gestión del suelo y en los programas de desarrollo global³¹.

Por su parte en nuestro país, la Ley Federal de Turismo en su artículo II señala: “el turismo social comprende todos aquellos instrumentos y medios, a través de los cuales se otorgan facilidades para que las personas de recursos limitados, y con discapacidad viajen con fines recreativos, deportivos y/o culturales en condiciones adecuadas de economía, accesibilidad, seguridad y comodidad”³².

José Gómez Cerda aporta la siguiente definición: “el Turismo Social es un sistema que crea las condiciones necesarias que permiten el acceso al turismo a un gran sector de la población que carece de posibilidades financieras para disfrutar del turismo comercial, pero que también tiene necesidades humanas de recreación, descanso, diversión y de conocer otros ambientes, aunque sea en forma limitada”³³. Esta modalidad de turismo es modesta, más ligada a la naturaleza y a la protección del medio ambiente, es familiar, sin medios sofisticados, sin lujos, que tiene a la persona humana como su centro, muchas veces administrado por asociaciones sin interés de lucro, sino como un servicio social.

Para este autor, el Turismo Social tiene relación directa con el sindicalismo, es más, ha sido la acción de los trabajadores organizados lo que ha permitido que millones de trabajadores y sus familiares puedan disponer de tiempo y recursos para utilizar un espacio moderado anualmente dedicado a la recreación, descanso, diversión y reflexión.

³⁰ *Ibíd.*

³¹ Véase a Foro para el turismo sustentable. Hacia una visión humana y social del turismo. [en línea]: ><http://www.turisos.net/social/index.html>>, login bn (consulta 09 de mayo de 2005).

³² Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Ley Federal de Turismo [en línea]: 06 Junio del 2000.<<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/119.pdf>> login: bn (Consulta: Octubre de 2007).

³³ José Gómez Cerda es Coordinador de Acción del Movimiento de Trabajadores en Internet (ACMOTI) Véase http://www.acmoti.org/femtaa_cap_1.htm.

Gómez Cerda, afirma que en América Latina el turismo social se inicia a partir de 1945, en Argentina, con las vacaciones pagadas y la creación de unidades turísticas. Otros países de América del Sur, como Brasil, Venezuela y México instalaron en la década de los 50's ciudades vacacionales que se dedicaron a la promoción del turismo social nacional en sus respectivos países.

Terminada la Segunda Guerra Mundial hubo un cambio político, económico y social, a nivel universal. El Seguro Social y luego la Seguridad Social aportaron mayor protección al trabajador y su familia, las vacaciones se extendieron, los trabajadores adquirieron nuevos derechos y libertades. Sin embargo, fue a partir de la década de los 70's cuando el mundo conoció un crecimiento extraordinario del turismo en términos generales.

Como podemos apreciar, el turismo social se caracteriza por llevarse a cabo por personas con niveles de ingresos reducidos, por tal razón se puede afirmar que el Turismo Social equivale a "turismo para todos". El turismo ha sido considerado también como reflejo del avance social y de la estabilidad política que vive el país y que ha logrado el régimen democrático de la revolución, según se lee en los discursos políticos oficiales muy frecuentemente.

Desde mi punto de vista, no es posible hablar del turismo social como reflejo de avance social y estabilidad política ya que puede ser que las políticas implementadas por el Estado, apoyadas por estrategias empresariales propicien el desarrollo de este tipo de turismo y ello no implica necesariamente que las condiciones sociales hayan mejorado sustancialmente.

Sin embargo, debemos señalar que esta forma de hacer turismo resulta de gran importancia ya que promueve la igualdad de oportunidades, es decir, gracias al Turismo Social las personas con capacidades diferentes y las de menores recursos tienen acceso a esta actividad y, si tomamos en cuenta que el turismo se ha convertido en un bien de consumo donde el cliente debe comprar su placer como un satisfactor más, es necesario apuntar que este satisfactor no es adquirido

por todos los individuos, generalmente es un privilegio de aquellos grupos que tienen ingresos medios y altos (especialmente los individuos que viven en sociedades desarrolladas). Cualquiera que sean los logros, un Turismo Social significativo y duradero no puede existir sin la formulación y el mantenimiento a largo plazo de políticas verdaderamente pensadas en términos sociales para el turismo en el nivel regional, nacional e internacional.

1.2.1.2 Turismo Sustentable

En la última década, las relaciones de los seres humanos entre sí y de éstos con la naturaleza han dado un giro impresionante. Hoy en día existe la necesidad de transformar la visión de desarrollo, para introducir el desarrollo sostenible como eje central de las relaciones entre los seres humanos y éstos con su entorno natural.

Existen varias definiciones de desarrollo sostenible o sustentable. Entre ellas, la FAO por sus siglas en Inglés (Food and Agriculture Organization of the United Nations) plantea que "es el manejo y conservación de la base de recursos naturales y la orientación del cambio tecnológico e institucional, de tal manera que asegura la continua satisfacción de las necesidades humanas para las generaciones presentes y futuras"³⁴.

David Pearce nos dice que desarrollo sostenible es equivalente al progreso económico sujeto a la constancia de las reservas de recursos naturales. Y quizás la más conocida de las definiciones es la obra titulada "*Nuestro Futuro Común*", producto del trabajo de la Comisión Bruntland, donde se dice que el desarrollo sostenible "es el que busca satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, para alcanzar sus propias necesidades"³⁵.

Por desarrollo sostenible entendemos la coexistencia del ser humano y las especies que pueblan el planeta, teniendo en cuenta que las generaciones futuras

³⁴ FAO "Programas de Acción Forestal Nacionales", en Actualización N.32, Roma, Italia, 1995.

³⁵ Hablemos de sostenibilidad [en línea] : 12 de Septiembre de 1997. <<http://www.flora.org/sustain/español-Hablemos.shtml>> login: bn (consulta: 19 febrero de 2006).

deberán también satisfacer sus necesidades con los mismos recursos. El término sostenibilidad plantea aumentar el bienestar y participación de la población, de forma tal que se asegure educación, salud y otras condiciones esenciales de vida para los humanos, tanto de la población actual como de las generaciones futuras.

Al igual que un triángulo no puede existir sin uno de sus lados, el desarrollo sostenible tampoco existirá sin uno de sus tres componentes: ecológico, económico y social. Lamentablemente, por años nuestras sociedades han hecho uso de los recursos naturales y el medio ambiente en forma indiscriminada sin conocer los impactos causados. Se creía que tales recursos eran infinitos, o incluso algunos continúan creyendo que pueden ser sustituidos perfectamente con los avances tecnológicos y científicos. Ha prevalecido una tendencia cortoplacista, privilegiando el consumo inmediato y aprovechando el potencial de los recursos naturales para beneficio individual, sin pensar en el futuro.

La creciente tendencia por la sustentabilidad se funda en las políticas internacionales adoptadas desde 1987, a raíz de informe que la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo presentó a la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas. En aquella ocasión se definió a una sociedad sustentable como la que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer las suyas.³⁶

La Cumbre de la Tierra, celebrada en Río de Janeiro en 1992 y auspiciada también por la ONU, dio amplitud al concepto con el objetivo central de crear un marco que asegure el mejoramiento en la calidad de vida asociando formas de coordinación, gestión económica y social que contribuyan a consolidar las capacidades locales³⁷.

Posteriormente la Organización Mundial de Turismo (OMT) y otras organizaciones integraron en 1995 la Agenda XXI para la Industria de Viajes y Turismo, cuyo

³⁶ Véase Naciones Unidas- Centro de información. “Medio Ambiente y desarrollo sostenible” [en línea]: 27 de abril de 2007.< http://www.cinu.or.mx/temas/des_sost.htm>, login: bn (consulta: 05 de junio de 2007).

³⁷ Cumbre para la Tierra: Un futuro sostenible. [en línea]: Nueva York, 27 de Junio de 1997. <<http://www.un.org/spanish/conferences/cumbre&5.htm>>, login: bn (consulta 05 de Junio de 2007).

programa de acción orienta y apoya a los organismos gubernamentales responsables del turismo, a las administraciones turísticas nacionales, a los representantes comerciales y las empresas, a comprometer su potencial hacia el logro del desarrollo sustentable local y nacional.

También en 1995 los participantes de la Conferencia de Turismo Sustentable realizada en Lanzarote, Islas Canarias España, conscientes de la realidad del turismo como fenómeno mundial, de que los recursos en los que se basa son frágiles, así como guiados por la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo y reconociendo la necesidad de que el turismo satisfaga las expectativas y exigencias ambientales, acordaron la *Carta del Turismo Sustentable*³⁸.

³⁸ Véase SECTUR, Programa Nacional de Turismo 2001-2006, México, p. 54

Declaración de Lanzarote

Carta de Turismo. Lanzarote, Islas Canarias, España, abril de 1995

Los participantes en la Conferencia de Turismo Sustentable realizada en Lanzarote, conscientes de la realidad del turismo como fenómeno mundial, de que los recursos en los que se basa son frágiles, así como guiados por los principios de la declaración de Río sobre Medio Ambiente y desarrollo y reconociendo la necesidad de un turismo que satisfaga las expectativas y exigencias ambientales, acordaron la Carta de turismo sustentable.

Este documento apela a la comunidad internacional y en particular insta a los gobiernos, a las demás autoridades públicas, a los profesionales en materia turística, a los decisores de la actividad, las asociaciones e instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo y los propios turistas, a adoptar 18 principios fundamentales.

Principios Fundamentales

1. El desarrollo del turismo deberá fundarse en criterios de sustentabilidad.
2. El turismo deberá contribuir al desarrollo sostenible.
3. La actividad turística deberá de considerar los efectos sobre el patrimonio cultural y los elementos, actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales.
4. La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible supone: la solidaridad, el respeto y la participación de todos los actores involucrados.
5. La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural.
6. Establecer criterios de calidad orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista
7. El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local.
8. El desarrollo deberá repercutir en la mejora de la calidad de vida de la población.
9. Los gobiernos u autoridades competentes, Organizaciones no gubernamentales (ONG's) y las comunidades locales deberán realizar acciones orientadas a la planificación integrada del turismo.
10. Reconocer que la cohesión social y económica entre los pueblos del mundo es un principio fundamental del desarrollo sostenible.
11. Las zonas vulnerables serán prioritarias en materia de ayuda financiera y cooperación técnica de desarrollo sostenible.
12. Promover formas alternativas de turismo coherentes con los principios de desarrollo sostenible.
13. Gobierno, industria turística, autoridades, ONG's deben impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimiento.
14. Definición de una política turística de carácter sostenible.
15. La industria turística en colaboración con los organismos y ONG's con actividades relacionadas con el turismo, deberán diseñar los marcos de acción que garanticen un desarrollo sustentable.
16. Atención especial merecerá el transporte y sus efectos sobre el medio ambiente en la actividad turística.
17. Para que el turismo sea sostenible deberán adoptarse y ponerse en práctica códigos de conducta.
18. Poner en práctica todas las medidas necesarias para sensibilizar e informar a los actores que participan en la actividad.

Fuente: Carta de Lanzarote, conferencia mundial de turismo sostenible. [en línea]: Islas Canarias, España, abril de 1995. <<http://www.turismoresponsable.net/pdf/carta%20lanzarote.pdf>>, login:bn (consulta junio de 2007).

El desarrollo sustentable debe por tanto ser, limpio, preservar el medio ambiente y reconstructor de los sistemas ecológicos, hasta lograr la armonía de los seres humanos consigo mismos y con la naturaleza. En el caso del turismo se deben reconocer los esfuerzos realizados en los últimos años para integrar en estos conceptos de sustentabilidad a la actividad. Sin embargo, justo es también aceptar que han sido limitados y con muy pocos resultados.

Los destinos mexicanos se enfrentan a crisis ambientales y sociales, como los crecimientos urbanos desordenados alrededor de los grandes centros turísticos, el deterioro del entorno ecológico y la pérdida de identidad cultural. Pero esta situación no es exclusiva de nuestro país ya que a nivel mundial, el turismo tiene ciertos efectos negativos como los descritos.

Los fenómenos del deterioro ambiental y étnico-cultural que parecen acompañar a los destinos y regiones turísticas del país afectan no únicamente al destino como tal sino que, además, contribuyen a la pérdida de competitividad en el mercado internacional.

Por todo lo anterior, el concepto de sustentabilidad debe acompañar al desarrollo de la industria turística y concebirse como una de las condiciones básicas para transformar a la actividad en una oportunidad de cambio para nuestro país, que genere riqueza cultural y social, una mejor distribución del ingreso y un aprovechamiento de los recursos naturales y culturales. Sólo así, las grandes cuentas económicas generadas en el sector se traducirán en oportunidades reales de desarrollo para millones de mexicanos.

1.2.1.3 Turismo Cultural.

El turismo cultural es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos "cultura", así como a sus productos. El concepto de "lo cultural" está fuertemente vinculado a una idea de "patrimonio" entendido este, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos "culturales"³⁹.

³⁹ Véase Turismo Cultural. [en línea]: México D.F. <http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sec_turismo_cultural>. (consulta Mayo de 2007).

El "patrimonio" puede constituir una importante fuente de beneficios para las comunidades involucradas en el proceso de turismo cultural, siempre según los "usos" sociales que estos sectores definan y planteen. Dada su naturaleza plural y compleja, el turismo cultural sólo puede ser abordado en cuanto actividad interdisciplinaria, con diversas dimensiones a considerar⁴⁰.

La importancia de este tipo de turismo no sólo surge de cierta idea de "respeto" por la diversidad de formas culturales de la humanidad, también de la noción de que cualquier intento de transformación o cambio será inútil a menos que los protagonistas del mismo estén de acuerdo con él.

De este modo, la unión de lo "turístico" y lo "cultural" implica crear espacios de interacción donde los turistas y las comunidades puedan dialogar respecto del universo de significaciones y concepciones del mundo de la cultura a la cual se acercan y de las perspectivas que sus mutuas diferencias hacen posibles.

Nuestro país, cuenta con veintisiete sitios declarados patrimonio cultural de la humanidad y, por ello, es la nación del Continente Americano con mayor número de bienes con esa característica. Nuestro patrimonio cultural se enriquece con la existencia de alrededor de 62 grupos étnicos en función de sus lenguas fieles a sus raíces; además tenemos una de las gastronomías más originales y ricas del mundo que constituye un alto valor agregado para los circuitos turísticos a lo largo y ancho del territorio nacional⁴¹.

⁴⁰ Lo que podríamos llamar órdenes económico, social, cultural, científico, educativo y ético, para mencionar sólo algunos. *Ibíd.*

⁴¹ Turismo Motor de Desarrollo, Revista Desarrollo Económico Año 1 No. 11 de noviembre de 2001 p. 40.

1.2.1.4 Turismo Alternativo (Ecoturismo)

Según escribe Gerardo Budowski en las Memorias del Seminario Internacional de Ecoturismo, políticas locales para oportunidades globales celebrado en mayo de 2001 por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), existen numerosas definiciones, algunas complicadas, otras sencillas, con la inevitable confusión en cuanto a equivalencia y quién o quiénes usaron por primera vez este vocablo.

Entre las primeras definiciones destaca una elaborada en 1983 por el arquitecto Héctor Ceballos Lascuráin, quien definió lo que por entonces era una actividad emergente como: "Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural que pueden encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales"⁴² .

Una definición más sencilla, siempre siguiendo a Budowski, y que goza de cierta popularidad en este ámbito proviene de la Sociedad de Ecoturismo (hoy TIES por sus siglas en inglés: The International Ecotourism Society): "Viajar en forma responsable hacia áreas naturales, conservando el ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales".⁴³

El ecoturismo puede hacer un uso consuntivo o no consuntivo de los ecosistemas. El uso consuntivo se refiere a cualquier actividad que implique la extracción o el consumo de un recurso natural, como la pesca o la recolección de especímenes con fines científicos o de entretenimiento.

⁴² Definición de Ecoturismo [en línea]: 06 febrero de 2007.

<<http://www.ciberamerica.org/Castellano/Areas/turismoecoturismo/definicionecoturismo.htm>>login: bn (consulta: 11 de Junio de 2007).

⁴³ *Ibid.*

El uso no consuntivo está relacionado con la observación de vida silvestre y el disfrute estético del paisaje, como el alpinismo, buceo, campismo, ciclismo de montaña, descenso en rápidos, espeleología⁴⁴, fotografía de fauna silvestre, navegación recreativa y la observación de aves.

Esta nueva corriente turística es resultado de los cambios en los valores y hábitos de vida ocurridos en las poblaciones que procuran mejorar su calidad de vida (mediante nuevas formas de utilización del tiempo libre y un ambiente limpio). En esta transformación de la sociedad contemporánea, la llamada crisis ambiental ha jugado un papel central ya que ha determinado que en los últimos 20 años hayan surgido movimientos sociales conservacionistas, ecologistas y ambientalistas⁴⁵.

Así, nos hemos dado cuenta de cuán finita, interconectada y preciosa es la naturaleza del planeta que habitamos. El turismo, de la misma forma, está convirtiéndose en una expresión cada vez más popular de esta concientización.

Gracias a los avances de los medios de transporte y de la informática, hasta los parajes más remotos de la tierra van poniéndose al alcance del viajero. El turismo es, de hecho, la industria más grande del mundo y, dentro de ella, el turismo orientado a la naturaleza es el segmento que crece con más rapidez. Este aprecio creciente de las experiencias naturales sin duda ha determinado la configuración de una nueva ética de viajes que hoy conocemos como ecoturismo.

1.2.1.5 Turismo de Negocios

El crecimiento potencial de los mercados a nivel internacional, producto de la globalización económica, está latente en el segmento de turismo de negocios pues el ser humano tiende a agruparse, formal e informalmente, con sus colegas de profesión con sus compañeros de trabajo, con sus homólogos de actividad o con quienes comparte aficiones, gustos o intereses.

⁴⁴ Ciencia que estudia la naturaleza, el origen y formación de las cavernas, su fauna y flora. ¿Qué es la espeleología? [en línea] <<http://espeleo.galeon.com/quees.html>>, login: bn (consulta: 11 de Junio de 2007).

⁴⁵ Rangel Rafael. Los movimientos ambientales en América latina como respuesta sociopolítica al desarrollo global [en línea]: Maracaibo, octubre de 2005. <<http://www.2bvs.org.ve/scielo.php>,> login: bn (Consulta: 11 de Junio de 2007).

Lo anterior se traduce en la estructura de las llamadas convenciones, congresos, ferias y exposiciones y viajes de incentivos que agrupan a personas con un común denominador que puede ser su actividad profesional, su gusto o afición personal, su problemática social o económica, en el ámbito turístico conocido como turismo de negocios⁴⁶.

Estos viajes son motivados por una relación comercial o profesionalmente preestablecida, para actualizar e intercambiar información sobre temas específicos de una determinada actividad o por oferentes y demandantes de bienes y servicios que se congregan para establecer o mantener relaciones de negocios. La relevancia económica de este segmento hace indispensable generar estrategias para el impulso y la consolidación de las actividades de congresos y convenciones, ferias y exposiciones a través de la promoción de la oferta nacional y la instrumentación de esquemas para fomentar su desarrollo.

1.2.1.6 Turismo de Salud

En el ámbito mundial el aprovechamiento de las aguas termales y de sus fangos, desde diversos puntos de vista, se desarrolla en forma exitosa. Entre los principales usos se encuentran los tratamientos curativos de hígado, riñón, problemas reumáticos y de artritis; así como la disminución del estrés y tratamientos estéticos. Algunos países principalmente de Europa: Italia, Francia y España, han potenciado numerosos sitios que, desde épocas pasadas, fueron utilizados por reyes o emperadores para uso personal. Actualmente son visitados y utilizados por la demanda del turismo de salud⁴⁷.

México se caracteriza por poseer aguas termales esparcidas por todo el territorio nacional. Sin embargo, el desarrollo de estos lugares es escaso y en muchos casos su infraestructura es deficiente, provocando que el beneficio económico sea mínimo para los habitantes de dichos sitios. Su amplio potencial en el campo de la

⁴⁶ SECTUR Op Cit p. 163.

⁴⁷ *Ibid.* p.162.

salud y la estética, dirigido a diferentes segmentos económicos así como al aumento en las tendencias mundiales sobre esta oferta, hace que las áreas donde se localizan las aguas termales tengan una gran oportunidad para la propuesta de programas de desarrollo que permitan mejorar las instalaciones y servicios, con el fin de incrementar el turismo nacional e internacional y mejorar la calidad de vida de propios y extraños.

1.2.1.7 Turismo Náutico y Deportivo

El turismo náutico y deportivo es una de las opciones para la diversificación del producto de sol y playa pues las actividades de pesca deportiva, yatismo y cruceros representan el motivo ideal para agregarle valor a estos destinos turísticos.

Existen algunas actividades dentro de estos segmentos que no precisamente se llevan a cabo en zonas de playa, como la cinegética y la pesca deportiva en aguas interiores. Sin embargo, representan una oportunidad de desarrollo de comunidades rurales posibilitando aprovechar de forma sustentable los recursos existentes. Por su importancia, dentro del turismo nacional, turismo cinegético como parte del turismo deportivo merece especial atención.

1.2.7.1 Turismo Cinegético

El turismo cinegético es definido por la Secretaría de Turismo como: “la actividad que desarrolla un cazador deportivo nacional o extranjero, que visita destinos, localidades o áreas donde se permite la práctica de la caza de fauna silvestre de interés cinegético en su entorno natural, y que hace uso de servicios logísticos y turísticos para hacer más fácil la práctica de este deporte, en un marco de conservación y sustentabilidad de la vida silvestre”⁴⁸.

El turismo cinegético es un segmento del mercado turístico que se ha atendido cotidianamente en algunas zonas del país. La importancia estratégica de este

⁴⁸ SECTUR. Turismo Cinegético [en línea]: Junio del 2006.
<http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_9191_turismo_cinegetico>, login : bn (Consulta: Julio del 2006).

segmento se demarca tanto por las oportunidades que representa para el desarrollo regional, especialmente para las comunidades rurales y hábitat en que se desenvuelve, como por los riesgos que puede representar un mal manejo de la actividad.

La diversidad de actores con intereses heterogéneos que participan en la coordinación de los aspectos normativos y operativos, dificultan el aprovechamiento turístico de la actividad cinegética en México. Sin embargo, la actividad cinegética ha sido reconocida como una alternativa con amplio potencial para apoyar el desarrollo sustentable de ciertas regiones del país, por lo que actualmente se realizan importantes esfuerzos en términos de planeación y liderazgo institucional para consolidar este segmento.

El reto consiste en maximizar sus efectos positivos, potenciando sus ventajas y minimizar los riesgos que constituye su desarrollo a través de un programa integral que oriente a los diversos actores que están involucrados en su desempeño. La importancia estratégica del segmento de turismo cinegético radica principalmente en sus contribuciones al desarrollo regional, especialmente en el ámbito rural donde puede ser muy significativa su participación.

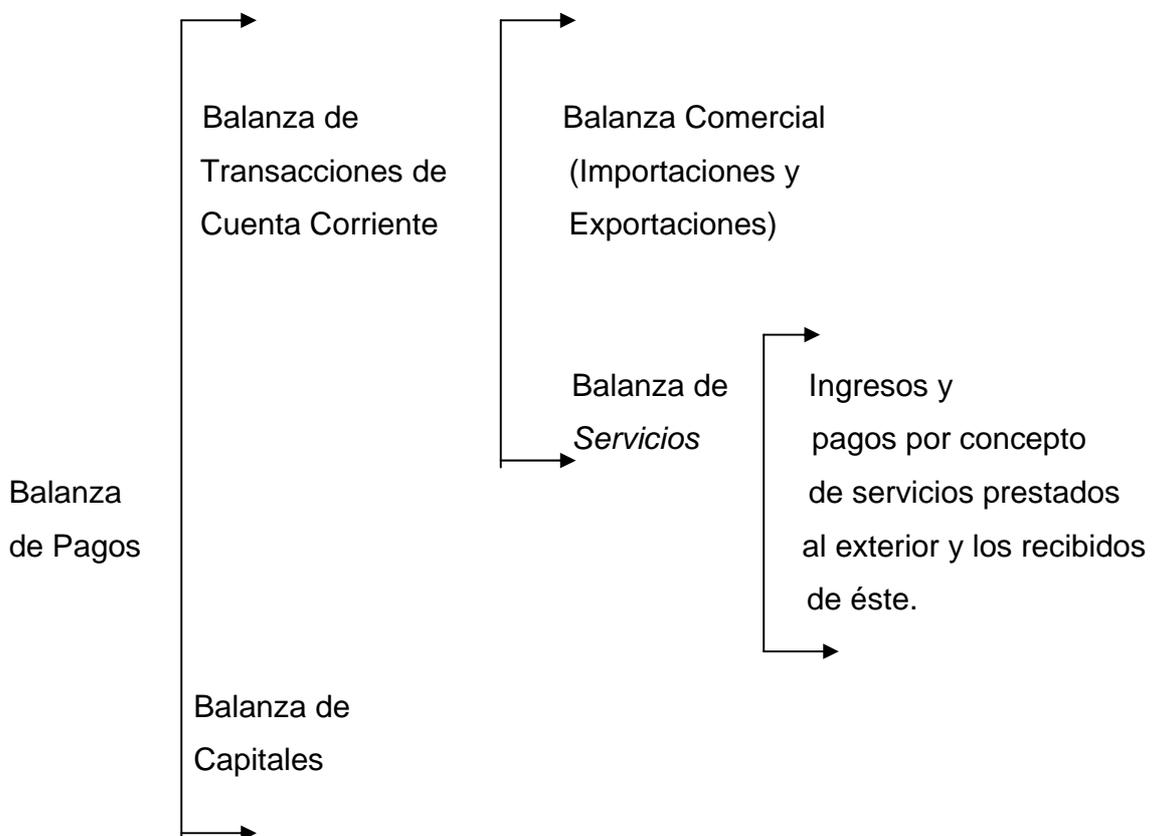
Como se puede apreciar existen diversas modalidades de turismo, de todas ellas se pueden obtener beneficios como la creación de empleo, el desarrollo regional y generación de divisas que ayudan a saldar la cuenta corriente de la balanza de pagos, entre muchos otros. A continuación abordaré los aspectos que explican la importancia y el impacto del turismo.

1.3 Importancia del Turismo

Por sus características, el turismo es una de las actividades económicas que destacan por su importancia en varios rubros. Así, es posible señalar la importancia económica, social, cultural y política del turismo al tiempo que se reconoce la importancia que tiene esta actividad con relación al medio ambiente.

1.3.1 Importancia económica

El turismo se ha destacado por ser una actividad generadora y captadora de divisas, con lo que contribuye a cumplir con los compromisos financieros de nuestro país en el exterior (pago de deuda externa y el servicio de la misma). Se dice que a nivel económico, la importancia del turismo radica principalmente en la capacidad de la actividad para captar divisas y su aportación en la balanza de pagos que funciona de la siguiente forma:



El turismo se engloba en la Balanza de Servicios porque se contabilizan rubros que tienen relación directa con él como son: servicios de transporte: fletes y alquileres de barcos, tráfico de pasajeros, pasajes internacionales, etc. Y la cuenta de viajeros: gastos de turistas, transmigrantes y visitantes fronterizos⁴⁹.

El turismo requiere de inversiones en obras de infraestructura y equipamiento de instalaciones lo que hace necesaria la aplicación de recursos económicos y, si el país no dispone de ellos, se obtienen mediante préstamos del exterior, que a su vez representan para el país un costo de divisas por concepto infraestructura turística; esto debe ser también considerado para establecer el verdadero aporte del turismo a la balanza de pagos.

Así, pueden presentarse otras fugas de divisas como consecuencia del desarrollo del turismo o generarse otro tipo de ingresos por esta actividad, que deben considerarse para establecer el aporte real en divisas para la economía nacional.

El turismo es un elemento que puede activar las economías regionales por el efecto desencadenante que provoca en las actividades comerciales, industriales y agropecuarias, las cuales se convierten a su vez en puntos de apoyo para su desarrollo, ya sea como mercados proveedores de insumos o como estructuras productoras de servicios complementarios. Así, el turismo representa un elemento importante para canalizar los recursos de las áreas urbanas a las rurales y muchas veces como elemento diversificador de la actividad económica.

Por otra parte, el turismo genera amplias oportunidades de empleo por su capacidad de utilizar mano de obra en gran escala, no sólo en la industria de viajes y servicios sino en sectores complementarios de la actividad turística tales como la construcción, el transporte, las artesanías y la industria de alimentos.

⁴⁹ Ricardo Torres Gaytán, Teoría del Comercio Internacional, Ed. Siglo XXI 13ª Ed., México, 1985, p. 205.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) respalda lo mencionado anteriormente al señalar los siguientes beneficios económicos del turismo:

- ◆ El Turismo Internacional es el primer sector de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países.
- ◆ El turismo es un importante generador de empleo, que da trabajo a millones de personas en el mundo.
- ◆ Oportunidades para las zonas rurales los puestos de trabajo y las empresas de turismo se crean normalmente en las regiones menos desarrolladas, lo que ayuda a equiparar las oportunidades económicas a lo largo y ancho del país e incentiva a los habitantes a permanecer en las zonas rurales, en lugar de emigrar a ciudades ya superpobladas.
- ◆ Los viajes y el turismo fomentan enormes inversiones en nuevas infraestructuras, la mayoría de las cuales ayudan a mejorar las condiciones de vida de los residentes locales al mismo tiempo que las de los turistas.
- ◆ La actividad turística proporciona a los gobiernos miles de dólares a través de los impuestos⁵⁰

Como hemos podido constatar, la actividad turística contribuye a equilibrar la balanza de pagos de muchos países, también permite ampliar las posibilidades de inversión tanto nacional como extranjera. A través del turismo, también se incentivan otras áreas económicas como los transportes y la industria de la construcción de forma directa y otras tantas como la agricultura y la pesca de forma indirecta.

1.3.2 Importancia sociocultural

Desde una perspectiva sociocultural, el turismo se configura como uno de los elementos más importantes en la integración y en la difusión de la cultura, tanto a nivel nacional como internacional, ya que permite el intercambio de conocimientos, ideas, costumbres, etc. El turismo también es considerado como motor de desarrollo humano ya que la mutua convivencia temporal entre visitante y anfitrión

⁵⁰ OEA. Congresos Interamericanos de Turismo [en línea]: San José, Costa Rica, 31 de enero de 1997. <<http://www.oas.org/tourism/docnet/Iatc1sp.htm>>, login: bn (consulta: Junio de 2005).

promueve el cambio y mejora de las formas de organización de dar y recibir servicios⁵¹.

En México, el turismo conduce a los agentes de la industria y de sus destinos hacia el logro de una mejor educación y la construcción de instalaciones y vivienda en condiciones adecuadas, contribuyendo de manera fundamental al sustento de regiones con bajo potencial de desarrollo. Así, la actividad turística contribuye tanto a elevar la calidad de vida regional como el desarrollo humano de las comunidades. De esta forma, se entiende que el desarrollo humano y el turismo se benefician mutuamente en la medida de su crecimiento y promoción.

Es necesario señalar que el turismo puede provocar la transformación de la mentalidad, introducir nuevas nociones sobre el trabajo, el dinero y las relaciones interpersonales y algunas veces destruir vínculos que ligan a la población con su religión y su moral o tradiciones. Así mismo, puede provocar cambios en gastronomía, el vestuario, en las manifestaciones folklóricas y en el idioma. No obstante, es difícil determinar en que medida el turismo es responsable de estos hechos, cuando éstos pueden manifestarse también a través de los medios masivos de comunicación, los cuales son capaces de ejercer una influencia mayor aún que la del propio turismo sobre los valores culturales de una determinada comunidad.

1.3.3 Importancia política

El turismo es una actividad que tiene vinculación con el campo político en la medida que éste ha desarrollado un sistema de servicios, con el propósito de atender las necesidades de los turistas y donde muchos países entran en un sistema de competencia para obtener sus beneficios económicos. En dicha competencia, entran sistemas y regímenes políticos diferentes que muestran su

⁵¹ SECTUR, Op Cit p. 123

estabilidad política, su normatividad en cuanto a tolerancia, control y estímulos al turismo.

El turismo es un elemento importante en la política nacional e internacional, ya que influye en las economías de los países y porque los flujos turísticos llevan implícitas interrelaciones humanas, convirtiéndose en un vehículo que promueve la paz mundial al “originar un esfuerzo conjunto de todos los Estados para promover la reducción de la tensión internacional y fomentar la cooperación con un espíritu de amistad, respeto a los derechos humanos y comprensión entre los Estados”⁵² Por lo anterior, la actividad turística en nuestro país es objeto de atención en el diseño de planes y programas de gobierno.

Por último y de gran trascendencia, es la importancia del turismo para las Relaciones Internacionales la cual se explica porque el turismo permite el movimiento y transferencia de capitales, la inversión extranjera, el flujo de divisas y la dinamización del comercio entre los países más desarrollados hacia los que se encuentran en vías de desarrollo. A su vez, promueve el intercambio cultural de los diversos pueblos del planeta y fomenta las relaciones cordiales entre los individuos.

1.3.4 Importancia Medioambiental

Dado que el turismo exige el desarrollo de vías de comunicación y facilidades que permitan la estancia cómoda al visitante del lugar, se desarrolla toda una infraestructura que si no es adecuadamente planificada puede afectar la calidad del medio ambiente natural o alterar el ecosistema. Sin embargo, en contrapartida, gracias al turismo, ha sido posible la conservación de numerosas áreas naturales las cuales han permitido proteger la flora y la fauna.

⁵² OMT. Impactos económicos socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo. [en línea]: Agosto del 2004. http://www.world_tourism.org/index_s.php, login: bn (Consulta: Febrero del 2006).

La OMT señala que el medio ambiente y la cultura local se promueven, en gran medida, cuando las autoridades restauran monumentos, abren museos y crean parques naturales para atraer a los visitantes. La organización señala que al tiempo que aumenta el turismo, aumentan también la necesidad de los destinos de mejorar su infraestructura para atender esa afluencia. Entonces se construyen nuevos aeropuertos, carreteras, puertos deportivos, plantas de tratamiento de aguas residuales, potabilizadoras de agua y decenas de otros adelantos que aportan una mejora sustancial a la vida de los residentes locales, desde el acceso al agua potable hasta comunicaciones más rápidas y eficientes.

De acuerdo a dicha organización, lo más importante es el hecho de que el turismo se enriquece a través de la cultura y de la sensibilización medioambiental y social, promueve la apertura y la amistad, ayuda a los familiares a pasar tiempo juntos, ya sea por ocio o por trabajo. El turismo promueve la paz y la cooperación entre las naciones y tiende puentes entre las mismas⁵³.

Podemos afirmar que el turismo es una actividad perfectamente justificable en términos sociales, económicos y culturales ya que cualquier sociedad requiere de los servicios que el turismo le ofrece para poder desarrollarse, la gente necesita descansar y disfrutar en lugares idóneos para ello, (al tiempo que conocen su propio país y las diversas costumbres y tradiciones presentes en los centros turísticos) el descanso de unos proporciona el trabajo de otros, por tal motivo la actividad se justifica. Económicamente, es deseable porque permite la recirculación y redistribución de ingresos, es decir, la circulación de los recursos económicos de las grandes ciudades a sitios turísticos además de generar divisas que permiten saldar el déficit de la balanza de pagos en muchos países.

Pocas son las actividades que, como el turismo, se relacionan tan estrechamente con otros sectores como el comercio, la industria de la transformación, las finanzas, los intercambios científico-tecnológicos, las relaciones humanas y

⁵³ *Ibíd.*

culturales, fortaleciendo las relaciones políticas entre los países del mundo y fomentando la cooperación internacional.

Por otro lado, gracias a la tecnología, los medios de comunicación, el mundo contemporáneo evoluciona rápidamente. Las distancias se acortan en tiempos y espacios, podemos conocer otros sitios dentro y fuera del país a través del internet, de la televisión, cine, libros, revistas, periódico, etc. Sin embargo, prevalece la inquietud de conocer y acercarse a esos mundos novedosos y misteriosos. Este deseo de conocer provoca en gran medida la necesidad de hacer turismo.

1.4 Turismo Internacional

El turismo Internacional se refiere a las relaciones internacionales que llevan a cabo las naciones a través del turismo. Esta variante del concepto turismo contribuye a reducir la tensión internacional, en un marco de respeto entre los Estados que conforman la Sociedad Internacional, lo cual se explica fácilmente dado que para lograr el desarrollo de este tipo de turismo es necesario que se encuentre basado en valores tan importantes como “la equidad, la igualdad soberana, la no interferencia en asuntos internos y la cooperación entre los Estados”⁵⁴.

1.4.1 Importancia Económica del Turismo a Nivel Mundial

En los años recientes, las cifras nos permiten ilustrar cuantitativamente la evolución del turismo. “A partir de la década de los ochenta, la captación de ingresos por turismo internacional se fue volviendo más significativa. Así, tenemos que para 1986, se desplazaron por todo el mundo alrededor de 5000 millones de seres humanos de diversas razas, costumbres y religiones, de los cuales 340 millones tuvieron la oportunidad de conocer otros países, de esta última cifra 838

⁵⁴ López Porras María del Carmen Op Cit.p.17

millones acudieron al transporte aéreo por considerarlo el más rápido, eficaz y seguro, nuestro país captó de todo el segmento el 1.36%".⁵⁵

Para 1986 el turismo internacional representaba el 5.4% del comercio mundial y ocupó el tercer puesto entre las industrias de mayor exportación, después del petróleo crudo y refinado y de vehículos. Además, representó el 25% mundial del sector servicios⁵⁶.

En 1987, en cuanto al total de captación de ingresos provenientes del turismo internacional, Europa captó el 54.6%; América el 24.6%; Asia y Oceanía el 17.6% y África tan sólo el 3.0%⁵⁷. Considero que estas cifras verdaderamente reflejan la situación de países subdesarrollados en cuanto a turismo. África que es un continente con graves problemas económicos y sociales captaba el mínimo porcentaje de ingresos provenientes del turismo internacional. En nuestros días, la historia parece repetirse mostrándonos la gran desigualdad con que se ha desarrollado el turismo en el mundo.

Durante el periodo de 1980-1990, el flujo de turistas internacionales registró un crecimiento promedio anual de 4.1 por ciento. La segunda parte de la década presentó un desarrollo más favorable a la actividad producto de la estabilización económica de los países desarrollados y de cambios fundamentales en las relaciones económicas, políticas y tecnológicas⁵⁸.

En 1990 se registró un movimiento internacional de turistas de 425 millones de personas y los ingresos mundiales del turismo internacional se estimaron en 230,000 millones de dólares. Los ingresos del turismo internacional, durante el periodo de 1980-1990, muestran un crecimiento de 8.4% anual, participando

⁵⁵ Miguel Torruco Marques, Historia Institucional del Turismo en México 1926-1988 SECTUR, México, 1988, p. 39.

⁵⁶ Véase *Ibid.*

⁵⁷ López Porras Op. Cit. p. 22.

⁵⁸ SECTUR Plan Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994, México, p. 17.

activamente en la generación de recursos para las economías mundiales⁵⁹. De 1990 a 1995, las llegadas por concepto de turismo internacional aumentaron a una tasa promedio anual de 4.3%, lapso en el que los ingresos crecieron a un ritmo de 7.1%⁶⁰.

En 1995 se desplazaron 567.4 millones de personas, generando un gasto de 372.6 miles de millones de dólares. El volumen de los ingresos turísticos internacionales representó más del 8% de las exportaciones mundiales de bienes y un tercio del comercio mundial de servicios⁶¹. En el mismo año, la región con más rápido crecimiento en cuanto a recepción de turistas fue el Medio Oriente, le siguieron Asia Meridional, Asia Oriental/Pacífico, Europa, África y las Américas. Durante los últimos veinte años se modificó la estructura de captación de ingresos entre las regiones.

En 1995, Europa continuó siendo la región que mayor volumen de ingresos por turismo al recibir el 51.1% del total mundial, le siguieron América con el 25.6%, Asia/Pacífico con el 18.7% y Asia Meridional 1%. Por su parte, África obtuvo en 1995 una cuota por ingresos mundiales del turismo del 1.9%⁶².

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, en 1995, el turismo internacional creció con mayor rapidez en los países en desarrollo, tanto en las llegadas como en ingresos, lo que representó una redistribución más amplia de los ingresos por turismo a favor de los destinos tradicionales y de los nuevos destinos emergentes del tercer mundo.

⁵⁹ *Ibíd.*

⁶⁰ SECTUR, Informe de Labores 1995-1996, México, p. 9.

⁶¹ *Ibíd.*

⁶² Véase World Tourism Organization. Internacional Tourism receipts by country of destination [en línea]: Noviembre del 2005. <<http://www.worldtourism.org/fscts/menu.html>> , login: bn (consulta: 11 de septiembre de 2006).

**Principales Países por Nivel de
Ingresos por Turismo 1995**

PAÍS	% TOTAL DE INGRESOS MUNDIALES
Estados Unidos	15.7%
Francia	7.4%
Italia	7.3%
España	6.7%
Reino Unido	4.7%

Fuente: World Tourism Organization. Internacional Tourism receipts by country of destination [en línea]: Noviembre del 2005. <<http://www.worldtourism.org/fscts/menu.html>> , login: bn (consulta: 11 de septiembre de 2006).

En 1999, el turismo internacional, representó el 8% de los ingresos mundiales totales por exportaciones y el 37% de las exportaciones del sector servicios. Considerado conjuntamente con el transporte de pasajeros, el turismo se ubicaba al frente de todas las categorías del comercio internacional.⁶³

Para 1999, el turismo internacional registró un movimiento internacional de 662.9 millones de personas e ingresos por 453.4 mil millones de dólares. Las regiones del mundo que en ese mismo año captaron el mayor número de turistas fueron en orden de importancia: Europa con 59.2%, América con 18.6% y Asia Orienta/Pacífico con 14.6% que en conjunto recibieron el 92.4% de la llegada de turistas⁶⁴. Por destino turístico, los países más visitados fueron Francia con 10.8%, España con 7.8%, Estados Unidos de América con 7.3%, Italia con 5.4%, China con 4.1%, Reino Unido con 3.9%, Canadá con 3.0% y México con 2.9%. Estos destinos recibieron en conjunto el 45.0% de los turistas a nivel mundial⁶⁵.

Respecto a los países que captaron mayor monto de ingresos fueron: Estados Unidos de América con 16.4% España con 7.3%, Francia con 7.0%, Italia con

⁶³ *Ibíd.*

⁶⁴ SECTUR Informe de Labores 1999-2000, p. 9

⁶⁵ *Ibíd.*

6.3%, Reino Unido con 4.6%, Alemania con 3.7% y China 3.1%, los cuales obtuvieron el 48.4% de las divisas por concepto de turismo. En este rubro México ocupó el décimo tercer lugar participando con el 1.6% de los ingresos a nivel mundial⁶⁶. Cabe destacar que en 1995 y 1999 nuestro país ocupó la posición número ocho en cuanto a llegada de turistas; y en lo que se refiere a ingresos por turismo internacional, pasó del lugar 17 en 1995 a la posición 13 en 1999.

En 1999, los países de América con mayor participación en la captación de visitantes fueron: Estados Unidos de América con 7.3%, Canadá con 3.0%, México con 2.9%, Brasil con 0.8%, Puerto Rico con 0.5% y Argentina con 0.4%. Estos seis países recibieron en conjunto el 14.9% de los turistas internacionales. En el mismo año, en materia de ingreso de divisas destacaron Estados Unidos de América con 16.4%, Canadá con 2.2%, México con 1.6%, Brasil con 1.0% y Argentina con 0.6%. De forma conjunta, estos destinos participaron con el 21.9% en función de los ingresos por turismo internacional.⁶⁷

Como es posible observar con estas cifras, nuestro país se encontraba en estos años en el tercer lugar tanto de captación de visitantes, como de ingresos de divisas con respecto al resto de los países de América. Sin embargo, también es posible notar la brecha entre el 7.3% y 2.9% de un total de 14.9% del total de los turistas internacionales que corresponden a la región. Igualmente de un porcentaje total de 21.9% nuestro país solo percibió divisas por 1.6% contra el 16.4% que logró percibir nuestro país vecino⁶⁸.

Todo ello, me hace reflexionar sobre dos aspectos principalmente: el primero de ellos es que nuestro país se ha colocado en los últimos años en una posición importante con relación a los países latinoamericanos en el sector turismo y debe aprovechar esta posición para servir de guía, a la vez que debe apoyar a los países de la región mediante asesoramiento en la elaboración de planes

⁶⁶ SECTUR, Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, México 1995. p. 18.

⁶⁷ *Ibíd.*

⁶⁸ Véase World Tourism Organization Op Cit.

estratégicos para el desarrollo del turismo, o mediante la transferencia tecnológica, por citar algunos ejemplos.

Sin embargo, las condiciones de nuestro país no son iguales a las de una potencia turística como lo es Estados Unidos de América, así que resulta necesario que la planeación de esta actividad en nuestro país tome en cuenta las características particulares con del país. A fin de lograr el mayor provecho de la actividad y más beneficios a la población que se encuentre vinculada directa o indirectamente al sector. La segunda reflexión es con relación a las divisas que se obtienen por concepto de turismo, ya que éstas no son equitativas al número de turistas que visitan nuestro país, por lo cual es necesario trabajar en la identificación de los aspectos que propician esta situación y tomar medidas para revertir este problema.

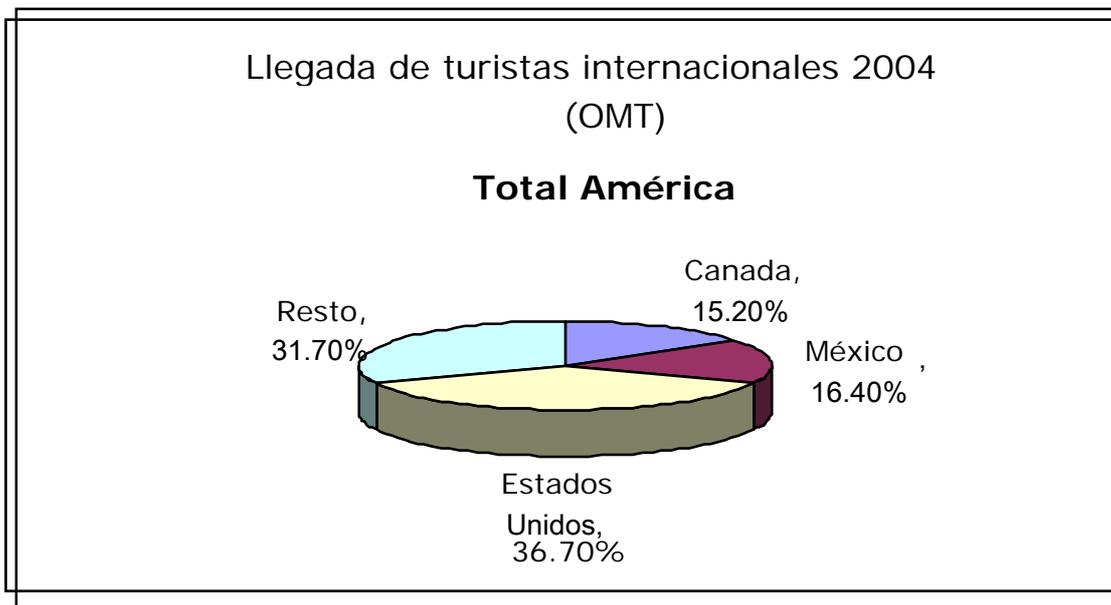
De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, en el año 2000 se registraron en el mundo cerca de 699 millones de llegadas de turistas internacionales, el mayor índice de crecimiento en todo el decenio. Las llegadas de visitantes internacionales generaron en el mismo año, 475.9 mil millones de dólares. Debe destacarse que la buena marcha del turismo mundial no ha sido únicamente una situación de coyuntura, sino por el contrario, su crecimiento se ha sostenido durante los últimos años.

En el 2004, los ingresos mundiales por turismo ascendieron a 622.000 millones de dólares. La llegada de turistas internacionales alcanzó cifras no vistas durante los últimos veinte años, pues se registraron 763 millones de llegadas de turistas a los diferentes destinos del mundo durante el 2004, según resultados preliminares de la Organización Mundial de Turismo (OMT)⁶⁹.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, en este año, la llegada de turistas al Continente Americano estuvo distribuida de la siguiente forma: Estados

⁶⁹ *Ibíd.*

Unidos de América el 36.7% del total; México el 16.4%; Canadá el 15.2% y el resto de los países americanos el 31.7%⁷⁰.



Fuente: SECTUR, Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México, Edit. Fondo de Cultura Económica, Primera edición, México, 2006, p. 32.

En el 2004, el Oriente Medio registró 36 millones de turistas internacionales. La recuperación de la industria turística internacional obedece primordialmente a la mayor actividad de la economía mundial, particularmente a la mostrada en los principales mercados emisores, como es el caso de EE.UU., Europa y Asia; así como al importante crecimiento de la economía asiática.

En el 2005 la llegada de turistas internacionales tuvo un crecimiento sostenido, uno de los aspectos que se deben considerar es el efecto favorable de las ofertas de los servicios de viajes por internet, que incluyen las compañías aéreas de bajo costo. En este sentido, debemos señalar la importancia de los medios electrónicos para difundir y promover el turismo mexicano, sobre todo si consideramos que en sólo algunos años internet se ha convertido en un elemento imprescindible en los

⁷⁰ SECTUR, Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México, Edit. Fondo de Cultura Económica. Primera edición, México, 2006, p. 32.

intercambios internacionales y que “actualmente existen más de 170 países enlazados de alguna manera a internet”⁷¹. De ahí la importancia de utilizar este medio como vehículo de información, promoción y comercialización de los destinos turísticos del país.

En los primeros meses de 2005 Oriente Medio presentó un crecimiento de 17%. Las llegadas de los turistas a los destinos de Europa crecieron 5% especialmente en Europa Central y del Este; además, factores como la expansión de costos menores de las aerolíneas facilitaron el acceso de entrada a la Unión Europea.

Por su parte, la región Asia/Pacífico mantuvo el dinamismo presentado en el 2004. Para la primera parte de 2005 mostró un crecimiento de 9% a pesar de los trágicos eventos suscitados por el tsunami. El arribo de turistas tuvo un crecimiento excepcional de 14% al Noroeste de Asia. Los efectos más significativos en términos de turismo provocados por el tsunami el 26 de diciembre de 2004 ocurrieron en las islas Maldivas donde los arribos cayeron en un 53% en los primeros meses del 2005, respecto al mismo periodo de 2004⁷².

El crecimiento para África en 2005 se estimó en 12%, resaltando Kenia con 31% y Sudáfrica con 10%. Los destinos del Norte de África a pesar de haber disminuido su ritmo de crecimiento, continuaron con una tendencia positiva⁷³. El turismo en las Américas presentó un crecimiento del 11%. La recuperación del continente se confirmó en todas sus regiones excepto para el Caribe, que alcanzó un 4%. En EE.UU., México y Canadá se registraron tasas de crecimiento positivas, presentando sólo Canadá crecimientos más lentos. La apreciación del dólar canadiense ha contribuido a disminuir la competitividad de ese destino, siendo éste un importante factor que influye sobre el flujo de turistas.

⁷¹ Fátima Daniela Téllez López Internet en las Relaciones Internacionales: El Caso de México, Tesis, FCPyS UNAM, p. 68.

⁷² SECTUR, Quinto Informe de Labores de la Secretaría de Turismo, México, 2005, p. 18.

⁷³ *Ibid.*

Los resultados en América del sur han sido también muy positivos, donde se ha registrado la tasa más alta de crecimiento del continente (19%). Las llegadas de turistas crecieron alrededor del 15% en Argentina durante el 2005, gracias a factores tales como una mayor estabilidad socioeconómica, así como su situación política⁷⁴.

En la actualidad, del total mundial de llegadas la mayoría se dan en Europa o hacia esta región, con el 58% del turismo internacional. América es la segunda región por número de llegadas con 129 millones, las que representan el 18% del total mundial. Por su parte, Asia Oriental y el Pacífico participan con el 16%; África con el 4%; Oriente Medio con el 3% y Asia Meridional con 1%.⁷⁵

En los últimos veinte años, el turismo ha crecido enormemente a escala mundial, sin embargo, han sido los países industrializados los que mayor provecho han obtenido, posicionándose como potencias turísticas mundiales tal es el caso de Francia, Italia, Reino Unido y España y en América EE.UU. y Canadá, mientras que México, pese a no ser un país industrializado, ha encontrado en el turismo una alternativa viable de desarrollo, posicionándose por encima de Canadá en captación de turistas internacionales.

A partir de la década de los ochenta se ha dado un desarrollo más favorable de la actividad, producto de fuertes cambios en las relaciones económicas, políticas y tecnológicas. El internet ha sido, un instrumento de vital importancia en la promoción y difusión de esta actividad en todo el orbe. Sin embargo, las divisas que se obtienen por concepto de turismo no corresponden a la cantidad de turistas que ingresan a nuestro país, razón por la cual se debe identificar la problemática existente y tomar las medidas necesarias para revertir el problema.

⁷⁴ Quinto Informe de Labores SECTUR p 19.

⁷⁵SECTUR Programa Nacional de Turismo 2001-2006, p. 32.

1.4.2 Rasgos actuales del Turismo Mundial

En los últimos años, el escenario en el cual se desarrolla el turismo mundial experimentó transformaciones notables, al generarse nuevas características en las motivaciones y estilos de vida de los turistas, así como en la industria de los viajes. En términos generales, los principales cambios en las características de las corrientes turísticas mundiales han sido:

- ◆ La reducción de la tasa de crecimiento poblacional y el consecuente incremento de los estratos de edades medias y avanzadas; la reducción del tamaño de las familias y la creciente participación económica de la mujer. Factores que se han expresado en mayores ingresos y disponibilidad de tiempo libre y, por lo tanto, en mayores posibilidades de desplazamiento.
- ◆ La globalización económica se ha manifestado no sólo en la integración de los procesos comerciales, sino también en los gustos y preferencias donde los viajes internacionales tienden a ser cada vez más frecuentes.
- ◆ Intensos avances tecnológicos que han incidido en el proceso de administración del turismo, manifestándose principalmente en el desarrollo de sistemas computarizados de reservaciones, el papel de internet como vehículo de información, promoción y comercialización de los destinos turísticos y el desarrollo tecnológico de la aviación y nuevos productos.
- ◆ Los turistas actuales se caracterizan por ser consumidores más espontáneos y experimentados que planean sus vacaciones con menos tiempo de anticipación, toman vacaciones con más frecuencia pero cada vez más cortas, son más independientes y demandan mayor calidad, cuentan con mayor conciencia de la relación valor/producto/servicio y buscan mayor flexibilidad en la oferta turística, transitando hacia la demanda de productos a la medida.

- ◆ Para el nuevo turista el sol es aún necesario para sus vacaciones, pero no es suficiente para satisfacer sus necesidades, le interesa realizar más actividades, con gran variedad de matices. De ahí el surgimiento de otros segmentos del turismo como el turismo alternativo, el turismo cultural, cinegético, náutico y deportivo, etc.

Estos cambios han provocado profundas modificaciones en la oferta de los productos turísticos en todos los países del mundo, destacando la especialización y diversificación de la oferta turística a través del valor agregado en materia de entretenimiento y la elevación de la calidad de los servicios. Este desarrollo ha desatado una intensa competencia internacional por la divisa turística, provocando que países tradicionalmente exportadores de turistas hayan adoptado medidas para retenerlos y convertirse en receptores del turismo internacional.

Hoy los gobiernos se han percatado de la importancia económica del turismo dentro del sector servicios y cada vez son más los países que están dando prioridad a su desarrollo. Sin embargo, hay que señalar que no todas las regiones del mundo se han beneficiado por igual de este progreso ya que en los países subdesarrollados que han hecho del turismo su principal fuente de divisas, los ingresos por este concepto, están muy por debajo de lo que perciben los países industrializados. El reto es entonces lograr que el turismo beneficie a la población de los países que lo realizan y que los ingresos por este concepto se incrementen y permitan el desarrollo regional equilibrado.

1.4.3 Tendencias del Turismo

De acuerdo con el informe “Turismo: Panorama 2020” de la Organización Mundial de Turismo, las perspectivas para esta actividad en las próximas dos décadas son muy favorables, estimándose que para el 2020 las llegadas por turistas internacionales se ubicarán por encima de 1,560 millones, en tanto que los ingresos turísticos alcanzarán los dos billones de dólares⁷⁶.

No obstante, por la magnitud de estas cifras se reconoce que el turismo internacional aún tiene mucho potencial por explotar, ya que la población real que estará en condiciones de viajar en el año 2020 será equivalente al 7% del total de habitantes a nivel mundial. Por ello, surge la necesidad de extender el turismo a todos los hombres y mujeres del planeta pues debido al nivel de pobreza que hoy sufre la mayor parte de la población mundial, resulta difícil pensar que el turismo llegue a ser una actividad para todos.

Las tendencias del turismo también muestran que América ocupará el tercer lugar regional con más llegadas, superada por Europa y Asia Oriental y el Pacífico, perdiendo con ello el segundo lugar que ocupa en la actualidad. Aunque el turismo intraregional seguirá siendo importante, habrá un crecimiento significativo en las llegadas de larga distancia que pasarán del 18% de todas las llegadas en 1995 al 24% en el 2020, destacando que en el caso de la región americana éstas pasarán del 23% que representaron en 1995 al 38% para el 2020⁷⁷.

Diversos son los factores que concurren a sostener el crecimiento del turismo al largo plazo. La creación de bloques comerciales y la creciente integración de la economía mundial se constituyen en fuerzas que apoyarán la expansión del turismo, más aún si van acompañadas de eliminación de barreras y desregulación del transporte.

⁷⁶ SECTUR Op. Cit. p. 35.

⁷⁷ SECTUR, El Turismo Mexicano en el largo plazo, memoria del encuentro nacional de turismo, la perspectiva 2020, México, Octubre de 2000, p. 73.

Cabe señalar que las nuevas tecnologías de la información permitirán conocer a fondo los mercados y facilitarán el diseño de estrategias para captar segmentos, impulsar productos personalizados y monitorear su comportamiento para ajustar estrategias y acciones.

Por otro lado, los adelantos en las tecnologías del transporte, además de mejorar su eficiencia y seguridad, favorecerán la aparición de modalidades adecuadas a diversos mercados en términos de costo. En contraposición se prevén cuellos de botella en la capacidad de la infraestructura del transporte aéreo, lo cual podría alentar el crecimiento de otras modalidades de traslados⁷⁸.

Los cambios demográficos en los principales países emisores del turismo internacional desempeñarán un papel muy importante en la estructuración del mercado en los siguientes años. Por otro lado al parecer, el envejecimiento de la población y la reducción de la población activa en los países más avanzados inducirá un mayor volumen de viajes de placer presionando a la creación de productos turísticos adecuados a estos segmentos.

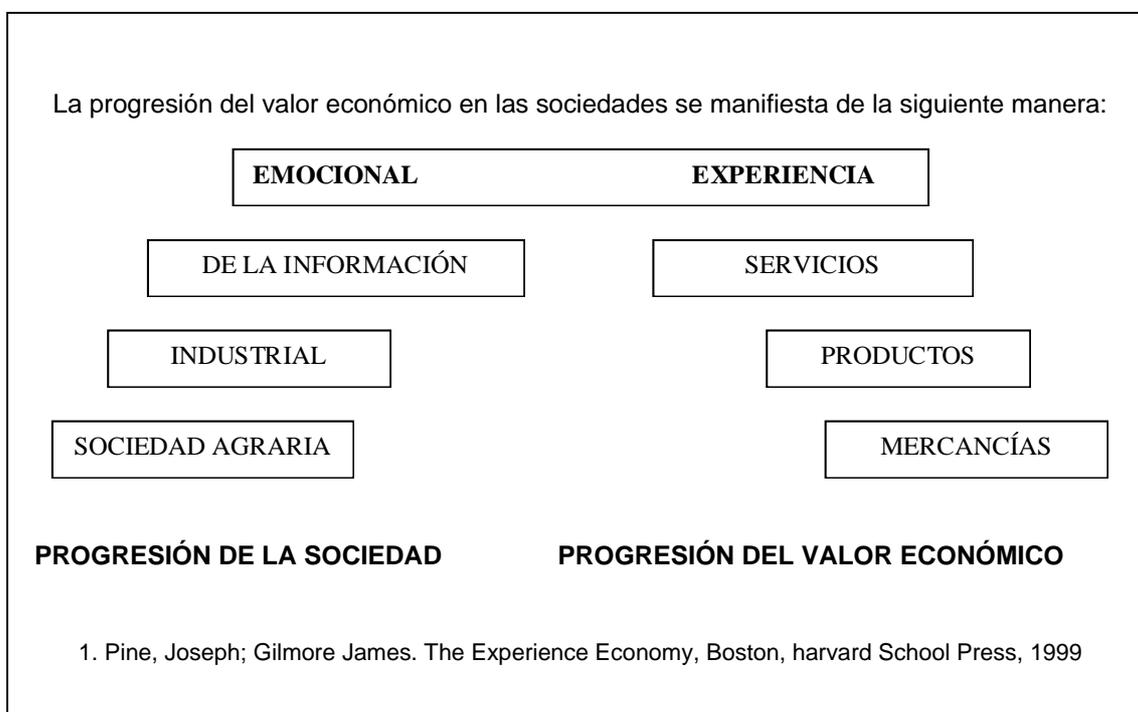
Las transformaciones sociales también tendrán un impacto en la aparición de nuevas ofertas turísticas. Serán más comunes las vacaciones monoparentales, del padre o la madre con sus hijos; los viajes de negocios con un hijo; las vacaciones de mujeres; los viajes temáticos realizados con grupos de afinidad no necesariamente familiares. La aparición de estos segmentos abre nuevas posibilidades de negocios que será necesario evaluar en términos de atractividad.

Al respecto, Joseph Pine afirma que el turismo se dirigirá hacia una economía de la experiencia que sustituirá paulatinamente a la economía de los servicios. El empeño está orientado a favorecer experiencias únicas. Es decir, en adelante los turistas ya no se conformarán con los productos ofrecidos tradicionalmente (sol y playa); gustarán ahora de las experiencias únicas que les pueden proporcionar

⁷⁸ *Ibíd.*

otras modalidades de turismo como el turismo de aventura, el turismo náutico y deportivo, etc.

Economía de la experiencia 1



Fuente: SECTUR, El Turismo Mexicano en el largo plazo, memoria del encuentro nacional de turismo, la perspectiva 2020, México, Octubre de 2000, p. 45.

Por todo ello, resulta indispensable aprovechar las ventajas competitivas que nos brindan numerosos y variados recursos, consecuencia de una herencia histórica rica en patrimonio cultural, en biodiversidad y en capacidad instalada a lo largo de nuestra trayectoria de desarrollo.

Así, aprovechando al máximo el potencial de nuestros recursos y tomando en cuenta que las tendencias del turismo internacional señalan que esta actividad estará orientada a favorecer las experiencias únicas, que evidentemente un país como el nuestro puede ofrecer, los actores involucrados en el sector deben trabajar en conjunto a fin de lograr que nuestro país mantenga y eventualmente mejore su posición en el mercado turístico internacional.

CAPITULO II

2. El Turismo en México

El turismo desempeña un papel muy importante en la evolución económica de muchas naciones, pues contribuye al desarrollo de diversas actividades que atienden en forma relevante o específica la demanda de los turistas como el hospedaje, restaurantes, bares, agencias de viajes, transporte de pasajeros; centros de diversión, artesanado, entre otras; atrae inversión nacional y extranjera que se orienta a esos renglones y, en algunos casos propicia la creación de infraestructura regional mediante la construcción de aeropuertos, autopistas, puertos y urbanización en general. Así mismo, es un importante generador tanto de divisas como de un número considerable de ocupaciones.

El turismo internacional como actividad masiva en México se inició a finales de la última posguerra mundial y, en su desarrollo ha tenido diferentes periodos que han coincidido con una situación internacional favorable. Las causas que llevaron al desarrollo de esta actividad en el país fueron en sus diferentes acepciones “motivos de Estado”, desde la necesidad de desarrollar el turismo como fuente de financiamiento para las industrias de transformación a los de geopolítica nacional, como la necesidad de la ocupación de la gran frontera bioceánica que tiene el país y que hasta hace medio siglo estaba poco poblada y a merced de situaciones externas complejas, también por lo que generó que generó la revolución cubana y sus repercusiones en los conflictos en Centroamérica⁷⁹.

Actualmente, el turismo es una actividad mundializada que día a día integra más regiones en un mercado mundial creciente y con ello incluye a los países en esta nueva dinámica de alianzas, acuerdos y cooperación, utilizando al turismo como actividad económica prioritaria o haciendo de ésta un elemento fundamental para

⁷⁹SECTUR, Desarrollo del turismo en México [en línea].
<http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_705_desarrollo_del_turi>, login: bn (consulta 05 de Octubre de 2006).

poder proteger, conservar o mejorar áreas internacionales comunes. En México, el turismo reviste importancia económica, social y cultural. En términos económicos, el turismo es una de las actividades más prometedoras al ser una actividad receptora de importantes ingresos. Estas divisas han permitido a México financiar en gran parte el déficit entre exportaciones e importaciones⁸⁰, y cumplir con nuestros compromisos financieros como la deuda externa y el servicio de la misma.

Además, es una actividad que propicia el desarrollo regional de los destinos turísticos, a través de la inversión en infraestructura urbana en beneficio de los habitantes locales. Por otra parte, se debe considerar que el turismo permite el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) y amplía las posibilidades de inversión (nacional y extranjera). A su vez, busca fomentar el empleo en forma directa o indirecta.

Para dimensionar la importancia económica del turismo, en principio se debe entender que su cuantificación implica disponer de datos sobre la demanda de bienes y servicios que demandan los turistas, lo que propicia implícitamente la identificación de la oferta de las actividades que directa o indirectamente están involucradas en proporcionar esos bienes y servicios.

De este modo, la estrecha relación que guarda la actividad turística con otros sectores productivos ha permitido que algunas de las ramas de la economía tan importantes como la construcción, el transporte, el comercio, las artesanías y la industria de los alimentos, hayan resultado beneficiadas con la compra y venta de bienes y servicios vinculados con las actividades recreativas. Todas estas actividades han experimentado un explosivo crecimiento en las últimas décadas dada la gran demanda por parte de los turistas que nos visitan cada año.

⁸⁰ Mario Ojeda Gómez, Alcances y límites de la política exterior de México, el Colegio de México, México, 1976, p. 78.

En cuanto a la industria de los transportes, debemos señalar que crece considerablemente, sobre todo el autotransporte, como el medio más utilizado por los turistas nacionales. Las líneas aéreas por su parte, se han extendido enormemente en las rutas nacionales e internacionales, aunque sus tarifas son más elevadas que el resto de los transportes, miles de turistas las prefieren por ser lo más rápido y cómodo.

Por otra parte, debemos señalar que el turismo reviste una importancia social al formar parte de los derechos esenciales del individuo, ya que todo individuo tiene derecho a gozar del descanso y la recreación. De igual modo, debemos señalar que el turismo también contribuye a enlazar a la sociedad mexicana ya que esta actividad conlleva la comunicación e identificación entre las diversas sociedades y regiones del país que tienen características, hábitos y costumbres muy particulares y arraigadas.

El turismo también permite reforzar la identidad nacional compuesta de varias entidades regionales. En este sentido, en la medida que mejor nos conozcamos más nos aceptaremos y respetaremos como una nación compuesta de una rica diversidad étnica y cultural. Por ello, el turismo en términos culturales nos refiere a un intercambio constante entre los diferentes grupos sociales que existen en el país y de relación cultural tan importante que se tiene con el extranjero que nos visita.

Cultural y socialmente, el turismo ocupa un lugar especial entre los mexicanos, a pesar de que nuestra condición económica sea modesta y no tengamos ingresos suficientes para poseer vivienda propia o en el mejor de los casos para tener mejor alimentación, y aunque sea preciso ahorrar durante todo el año, los mexicanos hemos podido viajar y conocer al menos un poco de nuestro país y hemos visto por nosotros mismos su grandeza.

Así, podemos decir que el turismo contribuye a ampliar los horizontes culturales del individuo, abunda su conocimiento, creatividad y curiosidad para convivir con tradiciones diferentes a las propias y habituales. Es por todo ello que el turismo reviste gran importancia para nuestro país y resulta indispensable presentar una reseña histórica de los principales sucesos ocurridos en nuestro país en materia de turismo.

2.1 Panorama histórico del turismo en México

Los viajes en México antes del Siglo XX estaban muy limitados, la inestabilidad política y las precarias condiciones de los caminos y la inseguridad de éstos, no permitían que los desplazamientos de viajeros fueran más frecuentes. Sin embargo, en 1922 aparecieron en México los primeros grupos organizados de turistas, y fue cuando surgieron las asociaciones relacionadas con la prestación de servicios turísticos, como es el caso de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, constituida para proteger sus intereses y, a la vez, velar por la seguridad y bienestar de los turistas tanto nacionales como internacionales.

En manos del General Plutarco Elías Calles, el Gobierno de la República promulgó la Ley de Migración del 15 de enero de 1926, donde por primera vez se especificaba la calidad de turista o visitante procedente de otro país, por motivos de distracción o recreo y cuya permanencia en nuestro país no debía ser mayor de seis meses.

En 1929, durante el interinato del Lic. Emilio Portes Gil, nuestro país se convirtió en sede de la primera Convención Ferrocarrilera de América y, pese a que entonces no se contaba con suficiente estructura de hospedaje, los visitantes quedaron satisfechos con el servicio que se les brindó en esa ocasión. De esta forma México inició un movimiento turístico que dio a conocer al país a nivel internacional.

En este periodo también se creó la Comisión Pro Turismo, cuando el país recibía 14 mil turistas extranjeros. Posteriormente, el flujo de turistas hacia México registró un importante aumento, debido a la amplia difusión del automóvil y a la nueva red de carreteras construidas durante el gobierno de Plutarco Elías Calles (1924-1928)⁸¹. Más tarde, la infraestructura desarrollada después de la expropiación petrolera también benefició al sector turismo ya que los esfuerzos por mejorar los caminos y carreteras como la construcción de estructura aeroportuaria facilitaron los desplazamientos por el territorio nacional.

Durante el periodo gubernamental del Ingeniero Pascual Ortiz Rubio se creó la Comisión Nacional de Turismo que promovía y gestionaba todos aquellos asuntos que directa o indirectamente contribuyeran al desarrollo de la actividad turística. Para 1930, la nación captaba 41 mil turistas de internación⁸².

En 1933, se crearon el Comité Oficial y el Patronato de Turismo, cuyos objetivos eran centralizar y coordinar la política turística, además, de buscar medios propios para su desarrollo y mejorar los sistemas de transporte, el tránsito y la residencia de los turistas extranjeros. De esta forma se iniciaron los programas promocionales destinados a proyectar una buena imagen de nuestro país y de los servicios con que contaba. México recibía 40 mil turistas, cifra que refleja un decremento en relación con el periodo gubernamental anterior⁸³.

Durante el Gobierno del General Lázaro Cárdenas del Río, tuvo lugar uno de los avances más significativos en materia migratoria: la promulgación de la Ley General de Población vino a derogar la Ley de Migración. Por otra parte, en 1937, se reconoció el oficio de guía de turistas y se normó toda actividad relacionada con las agencias de viajes. En el corto plazo se advierte un notable incremento de las corrientes turísticas provenientes del extranjero, ya que se observa un arribo de más de 90 mil visitantes.

⁸¹ Oscar De la Torre Padilla Op Cit. p. 170.

⁸² Departamento de Turismo Memorias de labores, SECTUR, México, 1974, p. 3.

⁸³ Miguel Torruco Marques, Op. Cit. p. 43.

En 1938, surgieron nuevas agrupaciones privadas que contribuyeron al fomento de esta actividad, entre otras, destacaban el Club de Viajes Pemex y la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes. Para el siguiente año, 1939 el gobierno de México consideraba ya al turismo una importante fuente de ingresos y se iniciaba la promoción de esta actividad. Por ello se creó la que ha sido considerada la obra turística del General Lázaro Cárdenas: el Consejo Nacional de Turismo, creado con la firme noción de que el turismo promovería el acercamiento social, cultural, espiritual, económico y el conocimiento directo entre los pueblos, para que influyera preponderantemente en el desarrollo progresivo de México.

En 1941 el turismo era una entrada muy importante de divisas, sobre todo por su aportación en la cuenta corriente de la balanza de pagos. Así, se iniciaba la tarea del sector turístico en la economía mexicana: “saldar el déficit comercial en la cuenta corriente de la balanza de pagos”⁸⁴. Esta situación aceleró la promoción turística en el extranjero.

Durante la presidencia del General Manuel Ávila Camacho se inició la construcción de hoteles, restaurantes, bares y agencias de viajes; se fomentó la actividad de guía de turistas especializados, además de los transportes turísticos. Desgraciadamente, no se contaba con un plan maestro, lo que originó problemas derivados de la falta de planeación debido a la rapidez con que se incrementaban las corrientes turísticas, por ejemplo, viviendas en zonas urbanas próximas a los lugares de atracción turística.

Este es un ejemplo real de la importancia de contar con proyectos de desarrollo en el sector turismo bien estructurados, ya que cuando se tiene un plan a seguir resulta más sencillo resolver los pequeños inconvenientes que se presentan a tiempo que se logra el desarrollo del sector y de las comunidades involucradas.

⁸⁴ *Ibíd.*

Como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial, el turismo de internación descendió y se estancó, pero al término de la conflagración, la política de industrialización continuó y el gobierno mexicano consideró al turismo como un producto de exportación que podía proporcionar las divisas necesarias para financiar las importaciones de bienes de capital y otros insumos que requería el proceso de industrialización.

Una vez restablecida la paz, la actividad resurgió en México para ascender durante el primer semestre de 1946, a una cifra record de 250 mil visitantes. Cabe señalar que destacó el flujo estadounidense puesto que de esa cifra el 52% procedía de ese país⁸⁵. Como podemos ver ya desde este periodo los turistas estadounidenses representaban el mayor porcentaje lo cual explica el interés de quienes llevaron la administración del turismo por atender de forma especial a este grupo y dirigir la mayoría de las campañas publicitarias hacia EE.UU.

Durante el periodo de Miguel Alemán Valdés el turismo de México marcó un nuevo rumbo, por cuanto se le concedió un gran interés dentro de sus programas; se le consideró una actividad prioritaria e importante para el desarrollo social y económico del país. Así mismo, se promovieron y se otorgaron facilidades a las inversiones nacionales y extranjeras que se tradujeron en nuevos servicios turísticos de los primeros centros turísticos del país, como es el caso de *Acapulco, Manzanillo, Mazatlán, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas, Cozumel, Isla Mujeres, Veracruz, Mérida, Guadalajara y la Ciudad de México*, entre otros, estas tres últimas debido a su gran auge industrial y comercial, que el presidente también propició.

En este periodo, el fenómeno turístico se ubicaba como un elemento fundamental para el progreso de la nación y se construyeron carreteras y se inauguraron rutas aéreas, lo que facilitó el desplazamiento de los turistas. A lo largo de su gestión

⁸⁵ Miguel Torruco Marques Op. Cit. p. 46.

administrativa crece vertiginosamente el turismo, ya que sólo durante el último año de gobierno llegaron a nuestro país 450 mil turistas, cifra jamás antes alcanzada⁸⁶.

Uno de los avances más importantes en la materia fue la promulgación de la primera Ley Federal de Turismo, publicada en el Diario oficial el 31 de diciembre de 1949. A su vez, se creó la Dirección General de Turismo, misma que se convertiría posteriormente en el Departamento de Estado de Turismo.

La importancia de esta Ley radicó en:

- ◆ El establecimiento en nuestro país como en el extranjero de las oficinas de turismo necesarias para el fomento del mismo.
- ◆ El primer registro general de hoteles, casas de huéspedes, restaurantes, campos de turistas y negocios similares, que debían ser autorizados oficialmente para recibir turistas.
- ◆ La vigilancia a los establecimientos mencionados para que no cometieran actos y omisiones lesivos a la industria turística.
- ◆ La revisión y aprobación de tarifas a los establecimientos.
- ◆ El estímulo a la formación de organismos tendientes a fomentar el turismo.
- ◆ El Aumento en el funcionamiento de las agencias de turismo que habían cumplido los requisitos exigidos.
- ◆ La intervención ante las autoridades correspondientes con el fin de tomar medidas para la conservación y preservación de las ciudades con valor histórico o arquitectónico.
- ◆ El establecimiento del Servicio Nacional de Guías de Turistas y vigilar su funcionamiento; dirigir la publicidad en materia de turismo y promover las medidas idóneas para el desarrollo del turismo tanto nacional como extranjero, y todas las demás actividades que tendieran a impulsar e incrementar el turismo.
- ◆ Finalmente, la fijación a todas las autoridades, tanto federales como locales, de la necesidad de cooperar con la secretaria de Gobernación en el cumplimiento de las disposiciones que ésta dictara en medidas de turismo⁸⁷.

⁸⁶ *Ibíd.* p. 47.

⁸⁷ Véase *Objetivos de la Dirección General de Turismo, Diario Oficial de la Federación, México, 1949.*

Así, el Licenciado Alemán proyectó a todos los países del orbe una nueva imagen de México gracias a la cual todos aquellos relacionados con la actividad lo consideraron como el maestro y constructor del turismo de nuestro país. Posteriormente, al frente del Ejecutivo Federal, Adolfo Ruiz Cortines tomó algunas resoluciones significativas entre las que destacó la creación del Fondo de Garantía y Fomento al Turismo (FOGATUR) publicada el 14 de Noviembre de 1956.

FOGATUR era un fideicomiso operado a través de Nacional Financiera, que obtuvo de este fondo una aportación inicial de 50 mil pesos. Su objetivo era estimular la afluencia de visitantes tanto nacionales como extranjeros⁸⁸, además de estudiar y desarrollar de forma planificada los nuevos polos turísticos. Así mismo, tenía a su cargo el fomento y desarrollo de las empresas o actividades relacionadas con el rubro, auxiliándolas en sus necesidades económicas. Este fideicomiso se consolidó en 1974 al crearse el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)⁸⁹.

Durante la Administración de Adolfo López Mateos se creó el Departamento de Turismo el 24 de diciembre de 1958⁹⁰, lo que representó el reconocimiento pleno del turismo en la economía del país. Las atribuciones del Departamento de Turismo fueron de gran importancia y destacaron: supervisión y control de la transportación turística, recepción de turistas, creación y funcionamiento de los servicios de auxilio a turistas, tarifas de servicios turísticos e higiene y seguridad; por medio de Relaciones Exteriores facilitar el intercambio tecnológico con otros países y promover la propaganda y publicidad de todos los atractivos turísticos y contribuir a la protección y mantenimiento de monumentos históricos y zonas arqueológicas.

El 1° de marzo de 1961, también se publicó la Ley Federal de Turismo que sustituyó a la del 31 de Diciembre de 1949. Esta ley se modificó con el objetivo

⁸⁸ En este periodo la afluencia de visitantes representaba ya la cantidad de 697 mil turistas.

⁸⁹ Miguel Torruco Marques Op Cit p. 50

⁹⁰ *Ibíd.*

específico de reglamentar los diferentes aspectos de esta especialidad y darle una cimentación jurídica que asegurara un desarrollo estable; todo ello sin perder de vista las directrices marcadas en la primera Ley. Un dato sobresaliente en este periodo es que el 6 de Julio de 1961 por instrucciones del Presidente López Mateos, el entonces titular del Departamento Autónomo de Turismo, debía elaborar un Plan Nacional de Desarrollo Turístico, dentro del cual se intentaría planificar los esfuerzos realizados, con el objetivo de hacerlos más eficientes y productivos. Dicho Plan se pondría en marcha en septiembre de 1962. También en 1961 se creó el servicio de auxilio al turista internacionalmente conocido como “Ángeles verdes”⁹¹.

A pesar de los lamentables sucesos ocurridos en 1968, Gustavo Díaz Ordaz logró consolidar los dos eventos deportivos más importantes a nivel mundial, en los que México marcó un ejemplo en materia de organización y hospitalidad hacia el visitante: la XIX Olimpiada y el IX Campeonato Mundial de Fútbol, este último realizado en 1970, año en que se captaron 2.3 millones de visitantes⁹². Gran parte de la red de aeropuertos internacionales de la república mexicana se construyeron en este periodo. También en 1970 el gobierno mexicano replanteó la necesidad de diversificar el comercio exterior y el turismo. Así, tomando en cuenta la oferta turística internacional: el sol, las playas y el mar, el gobierno federal se dio a la tarea de crear nuevos centros turísticos.

Durante la administración de Luis Echeverría Álvarez en 1972 se creó el Fondo de Promoción e infraestructura turística (INFRATUR), y para 1974 se determinó fusionar el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo (FOGATUR) con el INFRATUR, lo que dio como resultado el surgimiento del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) el 16 de Abril de 1974. Los objetivos de este fondo fueron: asesorar, desarrollar y financiar los planes y programas de promoción, fomento y desarrollo del turismo en el país⁹³. A través del FONATUR

⁹¹ *Ibíd.* p. 51.

⁹² *Ibíd.* p. 56.

⁹³ FONATUR Ixtapa Zihuatanejo. Un desarrollo turístico en el Dorado Pacífico, México, 1982, p. 16-17.

crearon y promovieron en 1974 dos centros integralmente planeados (CIPs), que hoy en día son estratégicos para la actividad turística nacional: Cancún, en Quintana Roo e Ixtapa en Guerrero⁹⁴.

El 28 de enero de 1974 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Ley Federal del Fomento al Turismo, que se modificó por tercera ocasión. Esta Ley tenía como objetivo fundamental incrementar el número de visitantes, así como su pernocta. Además, se proponía mantener un equilibrio regional mediante la generación de empleos y facilitar la integración de los habitantes del país, se señalaba un primer gran paso en cuanto a turismo social al conceder mediante esta ley especial atención a las clases marginadas. Para coadyuvar con este fin se creó, en septiembre de 1974, la Dirección General de Turismo Social.

Otras acciones importantes durante esta administración fueron la creación de la Secretaría de Turismo, antes Departamento de Turismo, para programar y dirigir la actividad turística nacional y se obtuvo la sede del Centro Interamericano de Capacitación Turística dependiente de la OEA. Todas estas acciones pusieron de manifiesto la importancia que la administración de Luis Echeverría dio al turismo y como resultado, a finales de 1976, el país captaba 3.1 millones de turistas de internación.

Durante el periodo de José López Portillo, el turismo atravesó una crisis profunda, producto de un boicot judío-norteamericano al sector, por ello se intentó ampliar las opciones para obtener divisas. Sin embargo, el turismo y la agricultura continuaron siendo la única alternativa. En 1976 se dio inicio a la infraestructura de dos polos turísticos: Loreto y Los Cabos en Baja California Sur.

⁹⁴ FONATUR, 30 años desarrollando el futuro turístico de México, Revista Líderes Mexicanos, Edición Especial Turismo, México, Septiembre 2004, p. 30 y 31.

El 15 de enero de 1980 se reformó por cuarta ocasión la Ley Federal de Turismo; dicha Ley facultaba a la dependencia del ramo para que emitiera su opinión ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público acerca de aquellas inversiones turísticas que a juicio de la propia Secretaría de Turismo debían gozar de estímulos fiscales, además de promover la creación de empresas y desarrollos turísticos ejidales. El 4 de Febrero de 1980 se publicó el Plan Nacional de Turismo, que comprendía etapas de desarrollo, las metas a corto, mediano y largo plazos, al igual que los instrumentos y políticas para la promoción y comercialización del turismo principalmente en la demanda y el fomento de la oferta.

Esta administración, implementó una nueva política gubernamental que apoyaba el turismo nacional para evitar que este tipo de turismo continuara saliendo del país socavando el saldo de la balanza turística, situación que se prolongó hasta 1982. En enero de ese año se creó el Banco Nacional de Turismo (BANTUR) con el objeto de simplificar los créditos en materia de financiamiento de la oferta, además de agilizarlos. Al finalizar este periodo de gobierno, nuestro país era visitado por 4 millones de turistas⁹⁵.

En Julio de 1985, tras la brusca caída de los precios del petróleo, el gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado señaló que la única opción viable para incrementar los ingresos del país era la exportación de bienes no petroleros y de servicios como el turismo. Por ello, se reiteró el propósito de conceder a este sector un carácter prioritario dentro de las medidas tomadas para superar los problemas que enfrentaba el país. De esta forma, el periodo presidencial de Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988) será el punto de partida de esta investigación que pretende explicar cómo, cuándo y por qué se han logrado los avances más significativos en materia de turismo; evaluar la aplicación de los programas nacionales del sector turismo en los últimos años; e identificar cuál ha sido la problemática principal en el desarrollo de esta actividad en nuestro país.

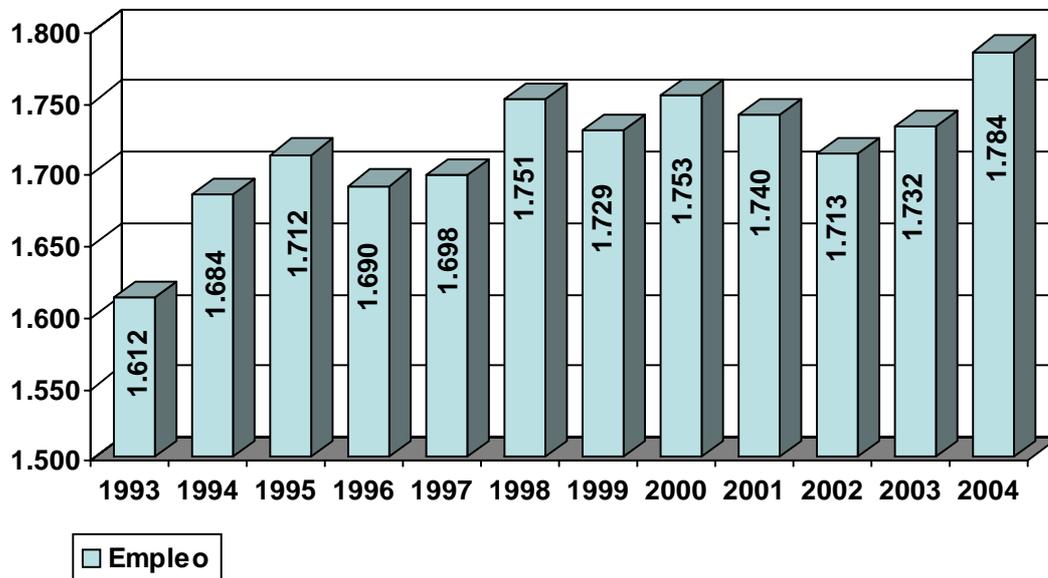
⁹⁵ Miguel Torruco Marques Op. Cit. p. 61.

2.2 Importancia del Turismo en la Economía Nacional

Como sabemos, la importancia del turismo en la economía nacional no se limita únicamente a la esfera económica, aunque representa una puerta al progreso al generar divisas y vigorizar la economía, también representa una importante fuente de empleos directos o indirectos. A su vez cumple una importante función social al estimular el desarrollo regional a través de la construcción de infraestructura, creación de vías de acceso a las comunidades, y el establecimiento de microempresas vinculadas a la prestación de servicios turísticos.

Así, durante el 2004 y la primera mitad del 2005, los ingresos de divisas provenientes del turismo superaron las expectativas previstas y alcanzaron niveles históricos; se continuó promoviendo la inversión para la creación de infraestructura y la generación de empleos en las diversas regiones turísticas del país.

Personal Ocupado en el Sector Turístico



Fuente: SECTUR Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México. Edit. Fondo de Cultura Económica. Primera Edición, México 2006. p. 17.

Durante 2004, la actividad turística generó 1 millón 759 mil empleos remunerados. Al mes de junio de 2005, el turismo creó 27 mil empleos más en relación con los registrados al cierre de 2004. Este comportamiento se debió en gran medida al aumento en la inversión turística privada. Al mes de junio de 2005 se estimaba un nivel de más de 1.84 millones de ocupaciones remuneradas, lo que arrojaba un saldo neto de 27 mil empleos nuevos respecto a los registrados en diciembre de 2004⁹⁶.

En lo que respecta a la inversión turística, durante 2005, se estimaba que la inversión privada en la actividad turística se incrementó en 18.7% con respecto al 2004 al ascender a 2 723.5 millones de dólares, con lo cual se alcanzó en los primeros cinco años de la administración de Vicente Fox un monto acumulado de 9715.9 millones de dólares del total de la inversión correspondiente a 2005, el 70.2% fue de origen nacional y el 29.8% restante fue de origen extranjero⁹⁷.

2.3 El Mercado Turístico Mexicano

A escala Mundial, en 2005 México ocupó la octava posición en captación de turistas, manteniéndose en los últimos dos años como el país más visitado del Continente Americano después de EE.UU. Por ejemplo, el periodo enero-junio de 2005, el país recibió a 11.3 millones de turistas internacionales, 10.2% más que en los primeros seis meses del 2004. Este comportamiento se debió a:

- ◆ El incremento de 16.6% en el número de turistas de internación, los cuales, además de representar la mayor proporción de los visitantes extranjeros (6.8 millones), son los que reportan un mayor gasto medio.
- ◆ El aumento de 1.6% en el número de turistas fronterizos que ascendió a 4.5 millones de personas.

⁹⁶ SEGOB, Quinto Informe de Gobierno de Vicente Fox, México, 2005, p. 20.

⁹⁷ SEGOB, Op. Cit. p. 199

Adicionalmente, en enero-junio de 2005 ingresaron al país 40 millones de excursionistas, cifra superior en 4.8% a la registrada en el mismo periodo de 2004, comportamiento asociado a los incrementos de 3.7% de los visitantes fronterizos (36.5 millones) y de 17.7% de los pasajeros en crucero (3.5 millones)⁹⁸.

Principales Destinos en el Mundo por sus Llegadas de Turistas Internacionales en 2004

Posición	País	Millones de llegadas
1	Francia	75.1
2	España	53.6
3	Estados Unidos de América	46.1
4	China	41.8
5	Italia	37.1
6	Reino Unido	27.7
7	Hong Kong	21.8
8	México	20.6
9	Alemania	20.1
10	Austria	19.4

FUENTE: Organización Mundial del Turismo. Barómetro del Turismo Mundial, Vol. 3, No. 2, junio de 2005. p. 35.

En 2004, los ingresos de divisas generados por los visitantes internacionales que estuvieron en México superaron las expectativas al alcanzar 10 753.2 millones de dólares, cifra que significó un nivel récord. En este rubro nuestro país ha sostenido un crecimiento constante que ha permitido mantenernos en un nivel competitivo. De enero a Junio de 2005, México captó 6468.9 millones de dólares. De este monto, 5 180.6 millones de dólares correspondieron a turistas internacionales y 1288.3 millones de dólares a excursionistas, cifras superiores a lo observado en igual periodo del 2004⁹⁹.

El gasto medio en el territorio mexicano efectuado por los turistas de internación en 2004, observó un máximo histórico de 673.7 dólares y un incremento anual del 4.4%. En los primeros seis meses del 2005 la tendencia continuó ascendente al

⁹⁸ *Ibíd.*

⁹⁹ Véase Quinto informe de ejecución Vicente Fox [en línea]:< <http://nnd.presidencia.gob.mx>>, login: bn (Consulta 22 Julio de 2006).

recibir 715.8 dólares de gasto promedio, 2.5% más que los primeros seis meses de 2004¹⁰⁰.

Principales Destinos en el Mundo por sus Ingresos por Visitantes Internacionales en 2004

Posición	País	Millones de llegadas
1	Estados Unidos de América	74.5
2	España	45.2
3	Francia	40.8
4	Italia	35.7
5	Alemania	27.7
6	Reino Unido	27.3
7	China	25.7
8	Turquía	15.9
9	Austria	15.4
10	Australia	13.0
11	Grecia	12.9
12	Canadá	12.8
13	Japón	11.1
14	México *	10.8
15	Suiza	10.3

* Cifras reportadas por el Banco de México.

FUENTE: Datos preliminares presentados por la Organización Mundial del Turismo Barómetro del Turismo Mundial Vol. 3, No. 2, junio de 2005. p. 41.

El número de visitantes internacionales de México hacia el extranjero disminuyó 0.4% al registrar un flujo de 128.4 millones de viajeros, por la caída del 1.1% en las salidas de excursionistas, mismos que se situaron en 115.1 millones; por su parte, los turistas ascendieron a 13.3 millones, 6.6% más que en 2004.¹⁰¹

En 2005 la balanza turística creció 10.4% al registrar el mayor saldo de su historia por 4 188 millones de dólares, el cual se derivó de 11 795.1 millones de dólares por concepto de ingreso de divisas (9.7% de incremento anual) y 7 607.1 millones de dólares por egreso de divisas (9.3% de incremento anual).¹⁰² Así, el turismo continúa siendo una aportación neta significativa al financiamiento del déficit de la cuenta corriente de la balanza comercial.

¹⁰⁰ Véase, *Ibíd.*

¹⁰¹ Organización Mundial de Turismo, Barómetro de Turismo Mundial, Vol. 3, No. 2, Junio de 2005, p.41.

¹⁰² *Ibíd.*

El índice de ocupación hotelera en Centros Turísticos Seleccionados fue de 57.65% en 2005 superior al registrado en 2004. Los destinos con mayor índice de ocupación fueron Puerto Vallarta (63.25%), Los Cabos (63.98%) y Nuevo Vallarta (79.36%). Las llegadas de turistas nacionales a cuartos de hotel crecieron 3.2 % al ascender a 51.4 millones de turistas¹⁰³.

2.4 Competitividad del Producto Turístico Mexicano

El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 señala que “el sector turismo es una prioridad del Estado mexicano y éste se ha propuesto asegurar su capacidad competitiva”¹⁰⁴. Señala también que se buscará desarrollar y fortalecer la oferta turística para consolidar los destinos nacionales y diversificar el producto turístico nacional, aprovechando el enorme potencial con que cuenta México en materia de recursos naturales y culturales.

En este orden de ideas la competitividad del turismo implica calidad de los productos y servicios bajo criterios de sustentabilidad y productividad empresarial, a fin de estar en posibilidad de generar ingresos superiores al promedio de los competidores y crear bienestar entre la población. Hoy México enfrenta un escenario de competencia multiplicada donde todos los países y destinos rivalizan con la oferta del resto del planeta.

Para los países de la región de Norteamérica y el Caribe, el turismo está adquiriendo una creciente importancia económica y social. En unos casos es una actividad estratégica y en otros, con estructuras productivas menos diversificadas, es la principal actividad económica. Lo anterior ha comprometido la participación de los gobiernos, de la iniciativa privada y de las comunidades que buscan aprovechar de mejor manera los recursos naturales y culturales, realizando esfuerzos por atraer inversión y desarrollando productos turísticos de acuerdo a los parámetros que marca la competencia internacional.

¹⁰³ Véase SEGOB, Op. Cit. p. 199.

¹⁰⁴ SECTUR, Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, México, 2001, p. 87.

En este sentido la conformación de circuitos, la adopción de iniciativas conjuntas en materia de política de desarrollo turístico, el apoyo a instancias de promoción, mercadeo y atracción de inversiones y la formación de recursos humanos son una muestra de las intenciones del Caribe por mejorar su posición en el turismo mundial. Habría que considerar en este contexto el esfuerzo de los países de Centroamérica por insertarse en los flujos del turismo internacional, a través de acciones de inversión en infraestructura y equipamiento, diversificación de la oferta y promoción.

Por otro lado, México cuenta con una amplia gama de recursos, lo que constituye una oportunidad que debe ser capitalizada mediante estrategias de innovación y valor agregado, para hacerlos más plenos en función de las nuevas actividades que en ellos se puedan realizar. Lo anterior implica crear factores de diferenciación que les otorguen a nuestros productos turísticos la categoría de experiencias únicas y los conviertan en satisfactores singulares y ambientalmente responsables, acordes con las nuevas motivaciones de viaje y comportamientos del mercado. Los procesos de fortalecimiento de la competitividad requieren de mayor conocimiento respecto a cada aspecto y segmento del turismo.

En la actualidad se requiere de un sistema de investigación que genere información suficiente, con alto nivel de credibilidad por parte de los principales clientes del sector para orientar, conducir y evaluar el desempeño competitivo y sustentable de la actividad, tanto desde la esfera pública como desde la privada.

2.5 Los Servicios Turísticos

México cuenta con una amplia estructura de servicios turísticos. Ejemplo de ello, como ya se ha señalado, la oferta hotelera supera los 421,850 cuartos, distribuidos a lo largo del territorio nacional; siendo las entidades que mayor oferta

concentran las del Distrito Federal, Quintana Roo, Jalisco, Veracruz y Guerrero, con el 43.4% del total¹⁰⁵.

Por lo que hace a otros servicios turísticos, en la actualidad se tienen registrados 311 desarrollos de tiempo compartido que representan el 5.5% de la oferta mundial. La modalidad de tiempos compartidos, se ha venido posicionando cada vez más en el mercado turístico, principalmente en destinos como Puerto Vallarta, Cancún y Los Cabos. Para los empresarios representa una adecuada alternativa para disminuir el monto de la aportación de capital y lograr su recuperación en plazos más cortos.

A la fecha se tiene conocimiento de la existencia de 4,447 agencias de viaje, de las cuales el 15% corresponde a mayoristas, el 78.4% a minoristas y el 6.6% a empresas especializadas, las cuales en los últimos años han sufrido crisis económicas debido a la reducción de comisiones por parte de las líneas aéreas, principal fuente de ingresos de estos establecimientos. Aunado a ello ha faltado una estrategia de adaptación a las nuevas tendencias en materia de desarrollo de productos y nuevas tecnologías, que les permitirían alcanzar mejores niveles de competitividad¹⁰⁶.

Existen en México 468 empresas de transportación turística terrestre, en este sentido cabe destacar que la flota de autotransporte dedicado al turismo se ha venido modernizando y fortaleciendo, presentándose condiciones más atractivas para los inversionistas. Por lo que toca al renglón de alimentos y bebidas se tienen registrados 18,728 restaurantes, de diversas especialidades y categorías que dan servicio al turismo; en este mismo rubro existen 2,487 bares, 178 centros nocturnos y 784 discotecas¹⁰⁷.

¹⁰⁵ Véase *Ibíd.* p. 55

¹⁰⁶ *Ibíd.*

¹⁰⁷ Turismo/ bares y discotecas, [en línea]: http://www.mexicoweb.com.mx/Turismo/Bares_y_Discotecas/, login: bn (consulta: 08 de octubre de 2007).

En materia de otros servicios existen en la actualidad 39 marinas turísticas que albergan espacios para 4,286 embarcaciones y el total de Spa's ascendió a 127 en el año 2000. Por lo que toca a los campos de golf, en el año 2005 se incrementó a 124 el número de instalaciones con acceso al público en general, registrándose un incremento importante en su uso por parte del turismo; aunque aún insuficiente para atender a la creciente demanda de este segmento especial, sobre todo cuando se compara con la oferta disponible en otras regiones.¹⁰⁸

Con relación a la oferta disponible para congresos y convenciones, se tiene el registro de 360 espacios para la atención de este mercado, todos ellos de diversas capacidades, servicios y calidades. Por otro lado, pocos son los guías de turistas registrados en México, solamente 2,384, sector que presenta una problemática especial en temas como capacitación y renovación de credenciales, entre otros.

Mención especial merece el transporte aéreo, por la importancia que este medio representa para el turismo. Es posible afirmar que el éxito de muchos destinos turísticos depende, en gran medida, de la disponibilidad de transporte de aproximación desde los principales mercados emisores. En el año 2005 se registraron, en todos los aeropuertos del país, un total de 504,453 llegadas de vuelos, los cuales transportaron a 30,106,665 pasajeros¹⁰⁹.

Del total de vuelos el 73.9% correspondió a nacionales, el 18.6% a internacionales y el 7.5% a charters. Cabe señalar que del total de operaciones, son cinco los aeropuertos que concentran el 56.2%: Cancún, Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y Tijuana. De ellos solamente el aeropuerto de la Ciudad de México representa el 27 %¹¹⁰.

Por lo que hace al segmento de cruceros, éste ha venido presentando una tendencia favorable, pasando de 1,993 operaciones en 1994 a 2,437 en el 2005,

¹⁰⁸ *Ibíd.*

¹⁰⁹ Véase SECTUR, Programa Nacional de Turismo 2001-2006, México, p. 56.

¹¹⁰ *Ibíd.*

es decir, un incremento del 22 %¹¹¹. Por lo anterior México es considerado el principal destino en arribos de cruceros en el mundo, siendo el puerto de Cozumel el más importante a nivel nacional, concentrando en el 2000 el 36% de las llegadas de barcos y el 47% de los pasajeros. Ensenada ocupa el segundo sitio nacional mientras que Mazatlán, Puerto Vallarta y Los Cabos representan otros puertos importantes para cruceros en el Pacífico mexicano.

Tras señalar los servicios turísticos con los que cuenta nuestro país, es necesario señalar cuales son las instituciones que atienden la actividad turística y que operan las políticas públicas del sector ya que en los capítulos siguientes se analizarán los Programas Nacionales de Turismo para identificar cuáles han sido las políticas en materia turística que se han implementado y cuales de ellas resultarán mas convenientes para el desarrollo de la actividad turística en México en los años por venir.

Es necesario señalar que como cabeza del sector turístico, a la Secretaría de Turismo (SECTUR) que tiene bajo su responsabilidad la planeación y la coordinación de las políticas públicas para el desarrollo de la actividad. Además de la Secretaría, dos entidades paraestatales instrumentan las políticas públicas y coadyuvan en el desarrollo, ampliación y promoción de los atractivos turísticos, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), institución responsable de la planeación y desarrollo de proyectos turísticos de impacto nacional, así como del fomento a la inversión; y el Consejo de Promoción Turística de México, empresa pública de participación estatal mayoritaria encargada de la promoción turística nacional e internacional. Además, para coordinar las políticas y programas de los diferentes niveles de gobierno e incorporar las propuestas de los prestadores de servicios turísticos, se creó la Comisión Ejecutiva del Turismo (CET).¹¹²

¹¹¹ *Ibíd.*

¹¹² Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, "Políticas públicas y gestión gubernamental de la administración vigente", en *Turismo* [en línea]: Actualización: 28 de abril de 2006, <www.diputados.gob.mx/cesop>, login: bn (Consulta 10 Agosto de 2007).

La Secretaría de Turismo impulsa el desarrollo turístico nacional diversificando la oferta y apoyando la promoción y la operación de los servicios turísticos. La SECTUR pretende que en 20 años México haya diversificado sus mercados, sus productos y sus destinos, además de que las empresas que presten servicios sean más competitivas nacional e internacionalmente. El Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) es un fideicomiso responsable de planear, desarrollar y consolidar centros turísticos competitivos a nivel internacional.

Por otro lado, el *Consejo de Promoción Turística de México* tiene por objeto el diseño y operación de las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, e incluye entre sus funciones, el proporcionar información turística especializada a los turistas nacionales y extranjeros e incrementar la intención de viaje en el país para mejorar la relación visita-gasto. En el consejo están representados el Gobierno Federal, los gobiernos estatales y municipales y el sector privado. Para garantizar un financiamiento a las actividades de promoción, se estableció el pago de un impuesto para los turistas extranjeros que visitan México. Este pago de derechos constituye la principal fuente de ingresos para la operación del Consejo, ya que un porcentaje importante de esta recaudación se destina a la promoción turística. Otra fuente importante de financiamiento para la promoción turística es el impuesto del 2% que se aplica por la prestación de servicios de hospedaje¹¹³.

La actividad turística es desarrollada por los tres diferentes niveles de gobierno: federal, estatal y municipal, además de la participación de prestadores de servicios. Para coordinar a estas instancias e incorporar las propuestas de los prestadores de servicios en las políticas y programas del sector turismo, se creó la *Comisión Ejecutiva del Turismo (CET)* presidida por el Secretario de Turismo, se integra por servidores públicos de nivel superior de varias dependencias, entidades gubernamentales y por representantes de los sectores privado y social.

¹¹³ Véase Consejo de Promoción Turística de México, [en línea]: México, 12 de Diciembre de 2005.<www.cptm.com.mx/>, login: bn (Consulta 10 Agosto de 2007).

Entre otras tareas, la Comisión procura la firma de convenios entre la SECTUR y los Gobiernos de las entidades federativas para poder ejercer recursos federales en proyectos y acciones, de los gobiernos locales, destinados a desarrollar la actividad.¹¹⁴

Tras señalar los aspectos que destacan la importancia de la actividad turística en México, así como los órganos que se encargan de llevar la política turística del país, podemos comenzar con el análisis de la actividad turística del país del periodo gubernamental de Miguel de la Madrid Hurtado, al gobierno de Vicente Fox Quesada. Para hacerlo, sólo hay que tener presente que el turismo es la actividad económica más importante del mundo al inicio del siglo XXI. Su probada capacidad para generar empleo, divisas y para funcionar como motor de desarrollo regional hacen que esta actividad sea una fórmula cada vez más buscada por los gobiernos nacionales y locales de distintas latitudes.

En el turismo tenemos una de las grandes y más prometedoras alternativas de desarrollo, México se ha ubicado entre los diez primeros destinos turísticos mundiales. Sin embargo, al analizar la situación actual, debemos considerar que en las próximas décadas, el país, deberá enfrentar retos muy significativos, derivados de las exigencias que implica la necesidad de lograr un desarrollo sustentable y la adecuación a los cambios tecnológicos que dominarán ésta y otras actividades de punta en el ámbito mundial. Para enfrentar exitosamente estas exigencias se debe aprovechar al máximo nuestros valiosos recursos cuidando siempre de ellos, y una forma de hacerlo debe ser la creación de políticas turísticas que permitan el desarrollo de la actividad, sin comprometer los cuantiosos recursos naturales y culturales con los México cuenta.

¹¹⁴ Comisión Ejecutiva de Turismo (CET) [en línea]: México, 12 de diciembre de 2005. <www.sectur.gob.mx/wb2/sextur/sect_246_comision_ejecutiva>, login: bn (Consulta:19 Agosto de 2007).

CAPITULO III

IMPACTO DEL TURISMO EN MÉXICO 1982-2006

A nivel económico, la importancia del turismo radica principalmente en la capacidad de la actividad para captar divisas y su contribución en la balanza de pagos que como sabemos, se divide en dos grandes rubros: la balanza de transacciones de cuenta corriente y la balanza de capitales, dentro de la balanza de transacciones de cuenta corriente se encuentran la balanza comercial y la balanza de servicios, el turismo se localiza en ésta última, ya que en ella se contabilizan rubros que tienen relación directa con la actividad como son los servicios de transporte y la cuenta de viajeros. Al generar un saldo positivo en la balanza de servicios contribuye a saldar el déficit de la balanza de pagos.

El turismo es un elemento que puede activar las economías regionales por el efecto desencadenante que provoca en las actividades comerciales e industriales y agropecuarias, las cuáles se convierten a su vez en puntos de apoyo para su desarrollo, ya sea como mercados proveedores de insumos o como estructuras productoras de servicios complementarios. Así, el turismo representa un elemento importante para canalizar los recursos de las áreas urbanas a las rurales y muchas veces como elemento diversificador de la actividad económica. Por otra parte, el turismo genera amplias oportunidades de empleo por su capacidad de utilizar mano de obra en gran escala, no sólo en la industria de viajes y servicios directos al turista sino en sectores complementarios de la producción tales como la construcción, el transporte, las artesanías y la industria de alimentos.

El turismo como actividad económica en el marco de las relaciones internacionales es importante porque permite el movimiento y transferencia de capitales, la inversión extranjera, el flujo de divisas y la dinamización del comercio entre los países más desarrollados hacia los que se encuentran en vías de desarrollo.

3.1 Impacto del sector turístico en México durante el gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado 1982-1988

La gran variedad de atractivos turísticos y la naturaleza renovable de la mayoría hicieron del turismo en los años ochenta, una actividad que ofrecía múltiples facetas en su desarrollo. Los atractivos turísticos representaban una explotación económica promisorio pero se localizaban en zonas aisladas que no tenían otra alternativa viable de crecimiento económico.

En México hasta el año de 1980, el turismo, presentó un crecimiento sostenido, interrumpido tan solo en 1975-1976. En los primeros años de la década de los ochenta se observó una tendencia decreciente del saldo favorable de la balanza turística¹¹⁵, como resultado principalmente de la sobrevaluación de la moneda, que ocasionó un estancamiento en la captación de turismo receptivo y el notable incremento del turismo de los nacionales hacia el exterior.

El turismo receptivo provenía en su mayoría de EE.UU. lo cual explicaba la dependencia del sector turismo a las fluctuaciones de la economía norteamericana. El turismo de los nacionales en el exterior (turismo egresivo), se incrementó sustancialmente hasta 1981, entre otros factores por el incremento del ingreso disponible de algunos estratos de la población que tradicionalmente no viajaban al extranjero, además se agudizó el proceso inflacionario y se rezago en el ajuste de la paridad de la moneda con relación al dólar, esto encareció los servicios turísticos nacionales respecto a los ofrecidos en el exterior.

La sobrevaluación del peso, la falta de abastecimiento de las mercancías nacionales, la deficiente infraestructura urbana y turística y los trámites aduanales y migratorios con demoras y molestias para el visitante, limitaron la captación del mercado fronterizo de EE.UU.

¹¹⁵ La Balanza turística es una relación entre el turismo egresivo (turistas nacionales que viajan al extranjero) y el turismo receptivo (turistas que vienen del extranjero a nuestro país.) para que esta balanza sea positiva, el país debe recibir más turistas del exterior que el total de los turistas nacionales que viajan al exterior.

En los primeros años de la década de los ochenta, la oferta turística observó una concentración geográfica en las zonas turísticas de playa y en las principales ciudades de interés histórico y cultural, que correspondía a esquemas de preferencia de las corrientes turísticas del exterior y a modalidades del mercado interno, lo cual propició una escasez de oferta con características diferentes para atender otros segmentos del mercado y para aprovechar el gran potencial turístico en la totalidad del territorio nacional.

En cuanto a la calidad de los servicios turísticos, se destacó la baja calidad de los mismos, explicada en buena parte por la deficiente capacitación de la mano de obra del sector. La situación se agravaba por la falta de instituciones idóneas para preparar técnicos medios, y se observaron insuficiencias en los programas de estudio de las escuelas encargadas de la educación superior, generando con ello escasez de personal calificado a niveles directivos y medios.

El gobierno de Miguel de la Madrid, tomó como base para la creación de un Plan Nacional de Turismo, los únicos planes para el desarrollo del sector creados anteriormente: el Plan Nacional de Turismo 1963 y el Plan Nacional de Turismo 1978. Debido a que estos planes sentaron las bases para la administración del turismo a partir de la década de los ochenta es indispensable revisar su contenido.

Plan Nacional de Turismo de 1963

Los objetivos del Plan Nacional de Turismo se orientaron a sentar las bases para desarrollar la infraestructura básica y construir nuevos centros turísticos procurando fomentar la inversión.

Sus estrategias más importantes fueron las de realizar estudios especializados para evaluar centros turísticos potenciales, condicionar la actividad turística al desarrollo integral de zonas-meta definidas por el Departamento de Turismo e

impulsar el desarrollo de las artesanías, el arte popular y las manifestaciones artísticas y culturales al más alto nivel.

Plan Nacional de Turismo 1978

En el Plan Nacional de Turismo 1978, se reconoce la necesidad de satisfacer el derecho al descanso recreativo y creativo de los mexicanos y se habla ya de consolidar el papel estratégico del turismo en el desarrollo económico nacional. Entre sus estrategias está el apoyo a las pequeñas y medianas empresas turísticas y la planeación física de centros turísticos para evitar contaminación, preservar el medio ambiente y desarrollar conceptos de arquitectura y diseño que permitieran integrar las instalaciones al paisaje urbano y natural; así mismo se da un fuerte impulso al turismo social.

Considero que ambos documentos sentaron las bases para la elaboración del Programa Nacional de Turismo 1984-1988, donde se establecieron los lineamientos para la creación de los centros turísticos integralmente planeados (CIP's), además de retomar el turismo social y establecerse nuevas estrategias para atraer la inversión nacional y extranjera.

3.1.1 Programa Nacional de Turismo, 1984-1988

El Programa Nacional de Turismo 1984-1988 destaca la importancia del sector turismo en el desarrollo económico y social. Dicha importancia se explica por su capacidad para captar divisas, generar empleos productivos, contribuir al desarrollo regional equilibrado, estimular a gran parte del resto de los sectores económicos y fortalecer la identidad cultural.

Los objetivos del Programa Nacional de Turismo también se encuentran en el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, donde se menciona que la política turística tiene como propósito esencial contribuir a la solución de los problemas nacionales,

mediante la captación de divisas y la generación de empleos y con ello fortalecer la posición estratégica del sector en el desarrollo nacional.

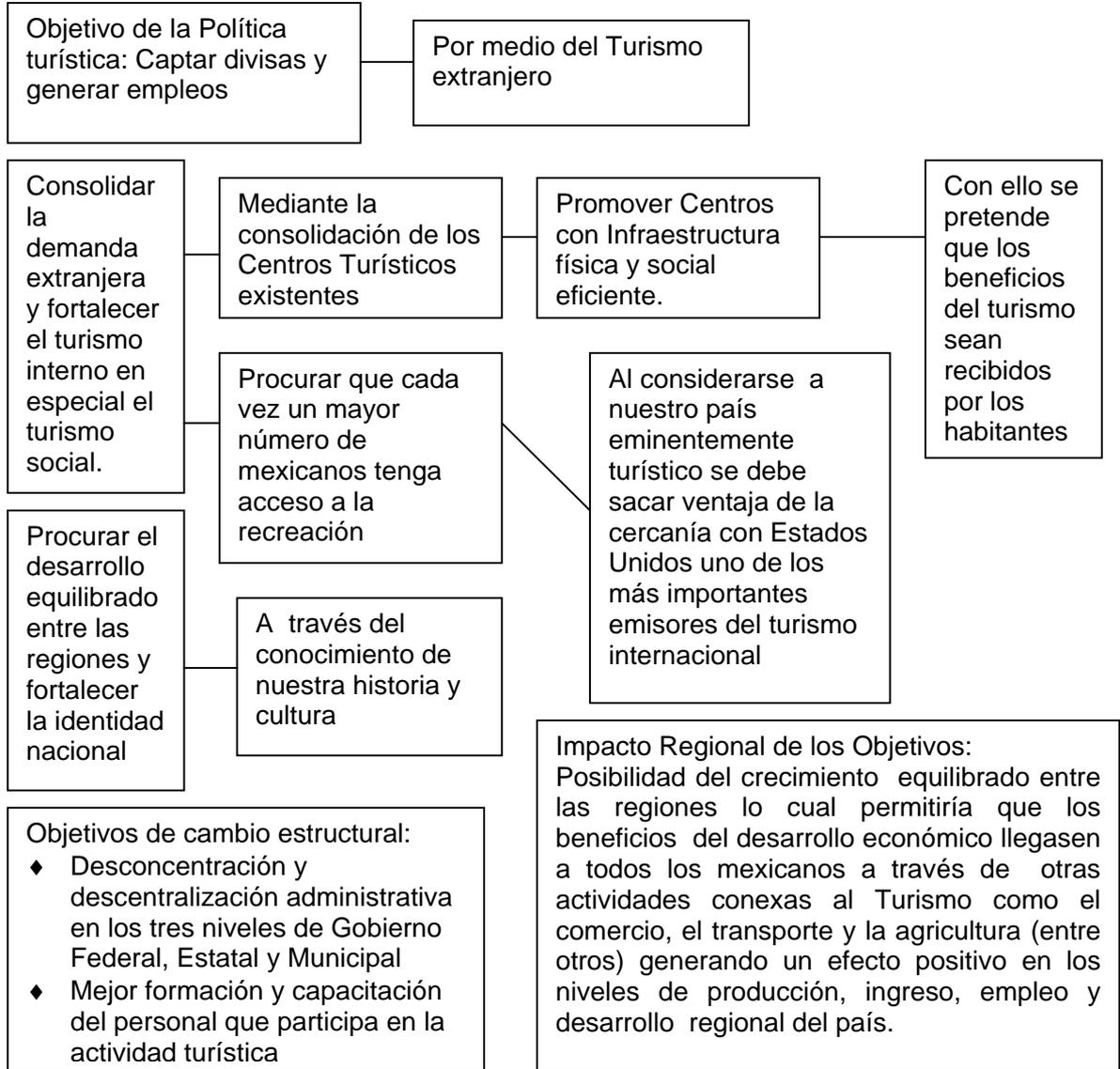
A su vez, se señalaba la importancia de promover la utilización del derecho al descanso de las mayorías del país; procurar el desarrollo equilibrado entre regiones y el fortalecimiento de la identidad nacional; se pretendía consolidar la demanda externa, fortalecer el turismo interno y en especial el turismo social, en sí, desarrollar al máximo el potencial turístico nacional.

Es muy importante señalar que desde el primer Programa Nacional de Turismo puesto en marcha en nuestro país se señalaba la importancia de fortalecer el turismo social y hacer con ello del turismo un derecho de todos. El principal problema que se identifica es que mientras no se superen los graves problemas de desempleo y pobreza el turismo para todos se encuentra lejos de ser una realidad, ya que la mayoría de los mexicanos trabaja sólo para satisfacer las necesidades primarias propias y de su familia. El sistema político en el que nos encontramos inmersos ha hecho crecer cada vez más la brecha entre ricos y pobres y estos últimos encuentran cada vez más lejana la posibilidad de hacer turismo a nivel nacional y casi imposible a nivel internacional.

Un aspecto que importante es que el impacto regional de los objetivos de este Plan, manejaba la posibilidad de lograr el crecimiento equilibrado entre las regiones lo cual permitiría que los beneficios del desarrollo económico llegasen a todos los mexicanos a través de otras actividades conexas al turismo como el comercio, el transporte y la agricultura generando un efecto positivo en los niveles de producción, ingreso, empleo y desarrollo regional del país.

La síntesis de los objetivos, las políticas y estrategias del Programa Nacional de Turismo 1984- 1988 se presentan de manera esquemática a continuación.

Programa Nacional de Turismo 1984-1988



Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR, Programa Nacional de Turismo 1984-1988, México, 1984.

De acuerdo con este esquema los principales lineamientos de estrategia del Plan Nacional de Turismo 1984-1988 son los siguientes: El uso intensivo y eficiente de la capacidad instalada, es decir, el aprovechamiento al máximo de infraestructura y recursos del turismo existentes hasta entonces. Además se implantó una política

de precios para mantener la competitividad en el mercado internacional e incrementar la demanda interna.

Los recursos financieros se orientaron hacia la promoción de la demanda externa, el mantenimiento de las instalaciones y equipo y la apertura de nuevas áreas de esparcimiento, altamente competitivas y a la satisfacción del turismo interno a través del desarrollo de la infraestructura y los servicios apropiados que permitieran el acceso de los diversos estratos de la población. La elevación de la calidad de los servicios turísticos fue otro factor clave de la consolidación del mercado turístico en este periodo. Se precisó elevar la capacitación de los recursos humanos y el grado de integración de la oferta, considerando los distintos niveles de ingreso de la población. Con ello se dio fortaleza a la demanda interna, especialmente la del turismo social.

Las líneas generales de acción contenidas en el Plan Nacional de Turismo 1984-1988 se sintetizan a continuación:

Con el propósito de consolidar un sistema de información turística, se realizó la publicación de los principales indicadores económicos de forma oportuna, con ello se facilitó la programación turística del país y la toma de decisiones de los diversos sectores. A su vez, con la información brindada, se pretendía ampliar y mejorar los informes que se le brindaban al turista sobre las alternativas de esparcimiento que ofrecieron en esos años los diferentes centros turísticos del país mejoró considerablemente.

Para lograr la diversificación de los mercados se aumentó la promoción y publicidad externas a los mercados con más potencial turístico para el país (después de Estados Unidos) en la década de los ochenta: Canadá, Europa y Asia. Con el fin de promover nuestro país, como destino turístico en el mundo, se pusieron en marcha campañas que promovieran las playas menos conocidas, ciudades del interior, la arqueología, el folklore, la

gastronomía, las selvas, las montañas y lagunas, entre otros. Para comercializar el turismo mexicano, los empresarios turísticos del país se agruparon y actuaron como mayoristas internacionales y lograron con esto una mayor capacidad competitiva y fomentaron el turismo interno.

En este periodo se brindó especial atención al turista fronterizo promoviendo los servicios turísticos de calidad en la planta turística que ofreciera productos y servicios con variedad y calidad al turista norteamericano, que ya representaba el mercado más importante para el turismo del país. Por su parte, la promoción del turismo interno, se realizó a través de una campaña dirigida a los mexicanos que difundía el conocimiento de la cultura y geografía nacionales, para fortalecer de esta forma la identidad.

Cabe mencionar que el turismo social se promovió a través de un esquema de cooperación entre sindicatos y patrones. La vinculación entre el esparcimiento, la capacitación y la productividad del trabajador mediante un sistema de incentivos, representó una alternativa viable para el incremento y consolidación del turismo social. La planta turística orientó al mejoramiento integral de los servicios y se amplió y diversificó con respecto a la década de los setenta. Los servicios se mejoraron en gran medida por los programas de capacitación de los recursos humanos que ocupaban las posiciones básicas e intermedias.

El transporte también influyó en el mejoramiento de los servicios ya que se trabajó la optimización de tarifas, rutas y calidad de las unidades. Para lograr el desarrollo turístico regional se puso en marcha una política de carácter espacial para lograr la identificación de atractivos turísticos. Se definieron zonas y corredores que debían ser contemplados por la planeación regional y un aprovechamiento óptimo del potencial turístico. Además, se fomentó la inversión privada y social en el

sector, como política financiera, de acuerdo a las necesidades de desarrollo de la industria turística y de la disponibilidad de recursos.

Finalmente, para coordinar la actividad turística se planteó la participación de todas las entidades de administración pública federal, estatal y municipal que tuvieron participación en el sector turismo para adecuar del marco jurídico existente, fortalecer la capacidad ejecutiva del sector público turístico; y mejorar la coordinación entre las autoridades aduanales, Gobernación y el Registro Federal de Vehículos para facilitar los trámites de internación a los turistas extranjeros; además, se promovió la participación activa del sector en las decisiones sobre rutas aéreas, tarifas, vuelos de fletamiento y otros aspectos relacionados; finalmente, se descentralizó la administración turística a nivel nacional, estatal y municipal, manteniendo un equilibrio en el ejercicio de las atribuciones.

Así, teniendo como objetivos generales consolidar el papel estratégico del turismo en el desarrollo económico y hacer del turismo una experiencia creativa que difundiera los valores y la cultura en México se puso en marcha el Programa Nacional de Turismo 1984-1988. Los objetivos que se pretendían eran consolidar los centros turísticos, incrementar las corrientes de turistas; alcanzar racionalidad y eficiencia en la prestación de los servicios y fortalecer las funciones de coordinación.

La estrategia general que planteó el plan, se basaba en el uso eficiente de la capacidad instalada, en mantener la competitividad internacional de la oferta, en la asignación óptima de recursos financieros, en la promoción de la demanda externa, en el mantenimiento de las instalaciones y en el aprovechamiento de áreas de esparcimiento. Además, se proponía orientar los recursos hacia mecanismos que promovieran la satisfacción de las necesidades del turismo interno y que facilitaran el acceso a los diversos estratos de la población. También se planteó la realización de proyectos estratégicos que complementarían los

propósitos del sector turismo, convirtiéndose en programas prioritarios en diversos centros turísticos.

Para la selección de estos centros turísticos se consideró su calidad como destino turístico internacional, el volumen de afluencia de visitantes nacionales, la capacidad instalada y las comunicaciones. Además, se tomó en cuenta la ubicación geográfica dentro de las zonas que el Plan Nacional de Desarrollo consideraba prioritarias para instrumentar la estrategia de desarrollo regional, clasificándolas por sus características y su grado de acción del sector en: *Centros Turísticos Integralmente Planeados (CIPs)* y *Centros Turísticos Tradicionales*.

La consolidación del desarrollo de dichos centros permitiría ofrecer beneficios a la inversión, propiciaría la creación de empleo y el desarrollo regional, y especialmente auguraba un crecimiento sostenido de la actividad turística. Los CIPs tuvieron la participación directa del Gobierno Federal, a través de FONATUR, en la creación y diversificación de la oferta turística nacional, para inducir la inversión en regiones rezagadas del desarrollo nacional. Dentro de esta categoría se consideró a: Cancún, Ixtapa, Loreto, Los Cabos y Huatulco, mientras que Acapulco, Cozumel, El Distrito Federal, Guaymas, San Carlos, Guadalajara, La Paz, Manzanillo, Mazatlán, Mérida, Oaxaca, Puerto Vallarta, San Miguel Allende, Veracruz, San Felipe, Guanajuato, Morelia y Zacatecas fueron considerados *Centros Turísticos Tradicionales*.

La actividad turística en México se consolidaba cada vez más como promotora del desarrollo general del país, constituyendo un medio para equilibrar la Balanza de Pagos, generar empleos, apoyar el desarrollo regional y fomentar el descanso recreativo de la población.

3.1.2 Evaluación de resultados del Programa Nacional de Turismo 1984-1988

La síntesis de las principales tareas llevadas a cabo de 1982 a 1987, de acuerdo a los informes de labores de la Secretaría de Turismo, así como en informes

presidenciales y sus respectivos anexos se encuentra concentrada en ocho importantes rubros:

◆ Servicio de información y auxilio turístico

En los años 1984-85 se contaba ya con 228 radiopatrullas, que daban servicio en todos los estados de la República divididas en 222 rutas distribuidas a lo largo y ancho de las carreteras más importantes del país. En el mismo lapso se atendieron un cuarto de millón de turistas al propiciar cerca de 17 000 servicios mecánicos y auxiliando aproximadamente en 300 accidentes y 100 caravanas turísticas¹¹⁶.

En los primeros años del sexenio de Miguel de la Madrid se dio un empuje significativo al turismo mediante la información oportuna que organizadamente se hacía llegar a los turistas, aspecto que no se atendió con tal ímpetu en años anteriores.

A través del programa de auxilio turístico Ángeles Verdes, se brindaron 380 mil 230 servicios diversos, beneficiando a 585 mil 137 viajeros en el recorrido de 30 millones 500 mil kilómetros¹¹⁷. Hay que señalar que los Ángeles Verdes son una corporación que radiopatrulla 262 rutas carreteras en todo el país, prestando gratuita y permanentemente los servicios de orientación e información de los atractivos y destinos turísticos, asistencia mecánica de emergencia, primeros auxilios, radiocomunicación de emergencia con cobertura nacional, Información del estado físico de las carreteras y auxilio a la población en caso de emergencia y desastres naturales¹¹⁸.

La información es un elemento indispensable en la promoción del turismo mexicano ya que si un turista encuentra información oportuna en los centros

¹¹⁶ SEGOB, Sexto informe de Gobierno Miguel de la Madrid Hurtado, México, 1988, p. 80.

¹¹⁷ *Ibíd.*

¹¹⁸ SECTUR, Centro integral de atención al turista, asistencia y auxilio turístico en carreteras [en línea]: <http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_9453_angeles_verde> login: bn (consulta: 10 de octubre de 2007).

turísticos que visita su tiempo será notablemente mejor aprovechado además, regresará a su país de origen con una buena imagen de los servicios de información mexicanos. Este aspecto es muy importante ya que no hay mejor promotor de nuestros destinos turísticos que el turista que regresa a casa totalmente satisfecho.

◆ Regulación de los servicios turísticos

Durante 1983, “la regulación que regía los prestadores de servicios turísticos aún no abarcaba todas las ramas de la actividad y sus ordenamientos no eran aplicables a la realidad que vivía nuestro país y sus categorías, precios y tarifas eran inadecuados”¹¹⁹. Con este panorama se pusieron en marcha las Comisiones Consultivas de Clasificación y Precios Máximos, pero al no tener participación sistemática hubo atrasos en la materia. En este periodo, por tanto, la regulación de los servicios turísticos no se llegó a concretar.

◆ Conducción de la política turística

Para conducir la política turística se llevaron a cabo diversas acciones que en conjunto guiaron la actividad turística en los años ochenta. Dentro de estas acciones destacan. La modificación de la Ley Federal de Turismo para otorgarle amplias y precisas facultades, como son: la programación, promoción y fomento, así como la regularización de los servicios y la capacitación turística. Este último renglón representó una innovación dentro de la SECTUR.

Se instrumentaron mecanismos para supervisar la actuación de los funcionarios de dicha secretaría, con el propósito de prevenir y combatir la corrupción. Esta supervisión se realizó mediante la instalación de una unidad de quejas y denuncias que recibió, investigó con el fin de resolver todas las que se presentaran. Otro aspecto fundamental en la conducción de la política turística fue la liquidación del Banco Nacional de Turismo S.A., creado por decreto presidencial

¹¹⁹ SECTUR, Informe de Labores de la Secretaría de Turismo, 1982-1983, México, 1983. p. 84.

el 8 de enero de 1982, y cuyas funciones asumió el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)¹²⁰.

La última de las acciones realizadas para conducir la política turística y, sin duda, la más importante fue la elaboración y presentación para la aprobación del Ejecutivo Federal Programa Nacional de Turismo 1984-1988, cuyos objetivos se inscriben en las estrategias gubernamentales tendientes a lograr un desarrollo creciente y sostenido. La elaboración de este plan es muy importante, debido a que tras ponerse en marcha los planes Nacionales de turismo 1963 y 1978 respectivamente, sin resultados visibles es el primer programa de turismo que logra mediante la consolidación de los centros de desarrollo turísticos establecidos un avance significativo en el sector.

En cuanto a la política turística en el ámbito internacional, en este momento histórico del turismo en nuestro país, se realizaron reuniones con ministros de turismo de países como España y Cuba con el fin de intercambiar experiencias en esta materia. En estos años, nuestro país ya formaba parte de la Asamblea General de la Organización Mundial de Turismo y se mostraba a favor del dialogo internacional para mejorar las condiciones del turismo en el mundo, en particular a favor de la consolidación del turismo social.

Para promover los centros turísticos del país se utilizaron los sistemas de computación existentes para brindar información sobre México principalmente en los Estados Unidos (el principal emisor de turismo receptivo) Inglaterra, Alemania y Francia.

.

◆ Operación desconcentrada

Este punto consistió en desconcentrar la administración turística en el país, que anteriormente se encontraba únicamente en manos de la Secretaría de Turismo, para lograrlo, de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo, se establecieron en

¹²⁰ Miguel Torruco Marques Op. Cit. p. 210.

1985-1867 coordinaciones regionales y 27 delegaciones de turismo en todo el país. De esta manera, el territorio nacional contó con la presencia activa de la Secretaría de Turismo y sus funciones; las facultades y los recursos se desconcentraron hacia las coordinaciones antes señaladas y a las delegaciones federales.

En el ámbito de la legislación turística, durante este gobierno se publicó y modificó por quinta ocasión la Ley Federal de Turismo en el Diario Oficial de la Federación del 6 de Febrero de 1984, con los siguientes objetivos: programación de la actividad turística, promoción fomento y desarrollo del turismo, creación, conservación y mejoramiento, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, además de la protección y auxilio a turistas y la regulación, clasificación y control de los servicios turísticos.

Se expidió el nuevo reglamento interior de la Secretaría y se actualizaron los reglamentos de establecimientos de hospedaje, campamentos y paradores de casas rodantes, así como las agencias de viajes y el de arrendadores de automóviles¹²¹. Con estas acciones se regularizaron las tarifas para quienes ofrecieron estos servicios lo cual resultó favorable para los turistas tanto nacionales como extranjeros.

◆ Promoción turística de México en el extranjero

Como es bien sabido, es necesario trabajar en materia de promoción para el turismo de nuestro país ya que no es suficiente contar con espacios majestuosos, veintiséis sitios declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad, si no se difunden en el exterior ya que la promoción de nuestros destinos genera el aumento del

¹²¹ Reglamento de establecimientos de hospedaje campamentos y paraderos de casas rodantes. [en línea]: México, 20 de Agosto de 1984. <http://www.mwxicocity.gob.mx/media/pdfs/reg_estab_hosp_camp_casas_df_06.pdf> login: bn (consulta: 16 de Octubre de 2007).

turismo receptivo y con ello se atraen beneficios como la captación de divisas, la creación de empleo, el desarrollo regional etc.

La promoción turística de México en el extranjero consiste en una serie de acciones encaminadas a atraer turistas de todo el mundo a nuestro país. Estas acciones pueden ser campañas publicitarias de televisión y radio, promoción de paquetes especiales para motivar el viaje a nuestros destinos turísticos, publicaciones, ferias y congresos internacionales de turismo.

Durante la administración de Miguel de la Madrid, la promoción de México en el extranjero se favoreció por la creación de una campaña publicitaria de prensa en 21 ciudades de la Unión Americana y de Canadá, así como dos campañas publicitarias de televisión y radio a cinco ciudades estadounidenses, cuyo turismo frecuenta más a nuestro país.

Las campañas publicitarias se canalizaron fundamentalmente a los lugares y segmentos más significativos de visitantes como Estados Unidos y Canadá. En coordinación con FONATUR y Nacional Hotelera se elaboraron campañas y paquetes especiales para promover destinos específicos. La mayor parte de las campañas realizadas en el sexenio de Miguel de la Madrid se dirigieron a EE.UU., como consecuencia, no se atendió debidamente la promoción de México en Latinoamérica, Europa y Oriente. Los esfuerzos se limitaron a participar en diversos eventos y ferias mediante la distribución de material e información promocional, montaje de pabellones y preparación de muestras gastronómicas y artesanales, razón por la cual no se dieron avances reales en materia de diversificación.

Por otra parte, se dieron los primeros pasos para el establecimiento de 280 gasolineras turísticas, con el objeto de apoyar al turismo que se desplaza por vía terrestre y se inició un programa piloto de equipamiento de gasolineras especiales que contarían con un área de descanso, servicios sanitarios especialmente diseñados, cafeterías con alimentos rápidos y tiendas de artesanías.

◆ Promoción turística de México en el interior del país.

En este periodo se realizaron coordinaciones con diferentes dependencias federales y con el estado de Guerrero, para revitalizar la zona del Acapulco tradicional. El programa Acapulco Tradicional estaba destinado a apoyar la generación de empleos y se suponía con ello se elevaría el nivel de vida de los habitantes de la zona y construiría la oferta adecuada para el turismo social.

Se difundieron dos campañas de turismo interno: "México una aventura a tu alcance" y "México te da a escoger", con el que se integraron esfuerzos que permitían al turismo nacional contar con elementos indispensables que le motivaran a viajar y posteriormente le permitieran organizar de mejor manera sus desplazamientos. Además se estableció el programa "Vacaciones de fin de semana", mediante el cual se brindaba información orientación y facilidades al turista nacional, que le permitirían planear sus viajes de fin de semana. El objetivo fue principalmente, disminuir la saturación de los destinos turísticos tradicionales mediante la promoción de nuevas plazas.

Es importante destacar que se iniciaron los trabajos para la realización de un documental en coordinación con el Departamento del Distrito Federal, en el cual se promovió a la Ciudad de México con todo su potencial de atractivos y servicios turísticos, así como otros aspectos de gran importancia e interés que la hicieron aparecer como el principal centro cultural y político de nuestro país.

Una de las campañas más interesantes que se llevó a cabo y que mejores resultados obtuvo fue la que tenía este lema: "Seamos amigos del turista" ya que con ella se concientizó a los empleados y prestadores de servicios turísticos y público en general de las ventajas de presentar una imagen amable a los visitantes, hecho que repercutió en estancias más prolongadas y repetición de viajes, con los beneficios económicos y sociales que esto implica, en los centros turísticos. Cabe señalar que la difusión de esta campaña se intensificó durante el

periodo en el que se llevó a cabo el Campeonato Mundial de Fútbol “México 86” con cobertura en ocho plazas: Guadalajara, Monterrey, Irapuato, León, Puebla, Toluca, Distrito Federal y Querétaro, que fueron las ciudades sedes del evento.

◆ Promoción del turismo social

El turismo social, como señalamos en el capítulo I, comprende todos aquellos instrumentos y medios, a través de los cuales se otorgan facilidades para que las personas de recursos limitados y/o con discapacidad viajen con fines recreativos, deportivos y/o culturales en condiciones adecuadas de economía, accesibilidad, seguridad y comodidad¹²². El turismo social es un sistema que crea las condiciones necesarias que permiten el acceso al turismo a un gran sector de la población que carece de posibilidades financieras para disfrutar del turismo comercial pero también tiene necesidades humanas de recreación, descanso, diversión y de conocer otros ambientes, aunque sea de forma limitada.

Durante este periodo destacaron los esfuerzos realizados por los organismos que intervienen en el turismo social: promotores turísticos sindicales, gerencias de relaciones industriales de empresas, dependencias oficiales, organismos promotores del turismo social, cámaras y asociaciones para promover los paquetes terrestres y aéreos con diferentes destinos y diferentes opciones de viaje para la población de ingresos medios y bajos.

Se creó el Fideicomiso para el Turismo Obrero con el cual se encaminaron esfuerzos a promover el turismo nacional, dirigido fundamentalmente al turismo social. En este sentido, se ha procuró ofrecer mayores y mejores opciones de viajar en condiciones ventajosas en cuanto a costo y posibilidades. Posteriormente, “durante el último año del sexenio se diseñaron 152 paquetes

¹²² Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Ley Federal de Turismo, artículo II [en línea]: 06 junio de 2000.<<http://www.diputados.gob.mx/leyesbiblio/pdf/119.pdf>> login:bn (Consulta 19 octubre de 2007).

turísticos con destinos de playa, centros del interior y salidas de fin de semana a los balnearios que circundan al Distrito Federal.”¹²³

Otro aspecto sobresaliente en la contribución al descanso y esparcimiento de los trabajadores es la promoción de paquetes que resultaban accesibles a la clase trabajadora, a través de la agencia del propio organismo se logró movilizar a 36 879 trabajadores.¹²⁴ Así mismo, el Gobierno Federal proporcionó asesoría para la adaptación y remodelación de las instalaciones turísticas y de descanso para la inclusión de la cláusula de prestación de derecho al descanso en los contratos colectivos; y asesoría para los sistemas de autofinanciamiento.

◆ Educación y capacitación turística

Ante la necesidad de elevar la calidad de los servicios turísticos y con la finalidad de mejorar la capacidad técnica de los recursos humanos, además de fortalecer las políticas de acción que marcó el Plan Nacional de Desarrollo 1982-1988, encaminadas a impulsar la calidad de los recursos humanos del sector turismo, se formalizaron las bases de coordinación entre la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Turismo a través de un convenio firmado por sus titulares, el 18 de Febrero de 1984¹²⁵.

Este convenio tenía los siguientes propósitos: mejorar la calidad de la oferta educativa; elaborar un diagnóstico de la demanda laboral; estudiar las escuelas y universidades de turismo públicas y privadas; determinar los perfiles ocupacionales de la actividad turística, y la actualización pedagógica del personal docente de Instituciones de enseñanza turística, entre otros. La elaboración de diversos proyectos conjuntos entre ambas secretarías buscó perfeccionar la educación turística desde su fundamento hasta sus últimos fines, con base en la realidad actual y sus necesidades, así como materializar de forma clara los puntos

¹²³ Miguel Torruco Marques Op Cit. p. 225.

¹²⁴ Informe de labores de la Secretaría de Turismo Op. Cit. p. 95.

¹²⁵ Miguel Torruco Marqués Op Cit. p. 229.

establecidos, para que esta primera etapa sirviera de plataforma o para posteriores programas.

Es de vital importancia señalar que mientras en nuestro país se prepare a los prestadores de servicios turísticos sólo de manera técnica, se está condenando a los mismos a ser un empleado con pocas probabilidades de superación profesional durante los años que permanezca en la empresa (que en la mayoría de las ocasiones es extranjera), lo cual limita sus posibilidades de crecer y con ello también la oportunidad de acceder a un mejor nivel de vida. Por ello, se debe atender desde el inicio el problema de la educación, tratar de brindar a los interesados en el turismo la oportunidad de desarrollarse profesionalmente desde una perspectiva administrativa o de gerencia y no técnica únicamente.

Para hablar del impacto económico del turismo, podemos analizar los siguientes datos disponibles en el informe presidencial correspondiente al último año del sexenio, del Lic. Miguel de la Madrid Hurtado:

- ◆ En 1987 se alcanzó un saldo neto positivo record en la balanza turística por mil 490 millones de dólares, como resultado principalmente del aumento en los ingresos del 26.9%.
- ◆ En el periodo 1983-1987 el saldo acumulado a la balanza turística fue de 6 mil 205 millones de dólares 90% más que el registrado en los seis años anteriores.
- ◆ Se obtuvo en 1987 un nivel sin precedente en el turismo extranjero de internación a nuestro país al rebasar los 5 millones 400 mil visitantes, generando divisas que representan el 10.1 por ciento de los ingresos de la cuenta corriente, excluyendo el petróleo.
- ◆ En 1987 2 millones 200 mil turistas nacionales viajaron al extranjero y realizaron un gasto que representó el 3% de los egresos de la cuenta corriente excluyendo el petróleo.
- ◆ En 1988 llegaron al país 3 millones 900 mil visitantes. La estadía media del turista alcanzó 11 días y el gasto medio por viajero ascendió a 439 dólares. Se estima que los egresos corresponden a 2 millones de turistas nacionales que viajaron al extranjero

- ◆ En cuanto a la balanza de transacciones fronterizas se registró un déficit de 354 millones de dólares. La reducción del margen de subvaluación del peso respecto al dólar propició mayores gastos del viajero fronterizo e influyó en este resultado.
- ◆ Por otra parte, se registró un incremento del 32% en el saldo de las balanzas de turismo, transacciones y pasajes internacionales que ascendió en 1987 a mil 372 millones de dólares, participando con 34,3% en el saldo de la cuenta corriente excluyendo las exportaciones de petróleo crudo.
- ◆ En estos años, los centros turísticos del país fueron competitivos en el mercado internacional debido al nivel de las tarifas de los servicios que se ofrecen y sobresalieron: Acapulco, Cozumel, Cancún, Mazatlán y Puerto Vallarta, que compiten favorablemente con los principales destinos del Caribe y Pacífico.
- ◆ Durante este sexenio se promovió el turismo con 25 acuerdos de coordinación federación-estados para revitalizar las actividades turísticas en igual número de entidades federativas; y se suscribieron 7 anexos de ejecución al Convenio Único de desarrollo con los ejecutivos estatales donde intervienen por primera vez los sectores privado y social para la instrumentación de campañas integrales de promoción¹²⁶

Cabe destacar la importancia de que los sectores privado y social participaron por primera vez en colaboración con el gobierno federal y estatal en las campañas de promoción, ya se muestra el interés por involucrarse más con esta actividad que desde esos años se consideraba promisorio.

En cuanto al turismo social, destaca la creación del Fideicomiso para el Turismo Obrero, una serie de convenios con prestadores de servicios, logrando con ello descuentos y tarifas preferenciales para la población de bajos recursos. Además se promovieron incentivos fiscales para la inversión en la planta turística.

Durante el primer semestre de 1988, el nivel de ocupación hotelera disminuyó ligeramente debido a un incremento sustancial en la oferta de alojamiento en los principales centros turísticos del país; sin embargo, en términos de afluencia turística el volumen de los visitantes nacionales se incrementó en 1% y en 2% el de los extranjeros.

¹²⁶ SEGOB, Sexto Informe Presidencial Miguel de la Madrid Hurtado, México, 1988. p. 30-45.

**Destinos con mayores niveles de ocupación
1984-1988**

TIPO DE DESTINO	ESTADO	PORCENTAJE DE OCUPACIÓN
Destinos turísticos de Playa	Cancún Quintana Roo	72%
	Puerto Vallarta Jalisco	68%
Destinos del Interior del País	Reynosa Tamaulipas	60%
	Ciudad Juárez Chihuahua	
	Tijuana Baja California	
Ciudades Coloniales	Oaxaca y Zacatecas	65%

Fuente: Elaboración propia con datos del Sexto Informe de Labores del Presidente Miguel de la Madrid Hurtado, México 1988.

Se observaron cambios en la estructura de la demanda de hospedaje debido al crecimiento del turismo receptivo y las modificaciones de viaje del turismo nacional, lo cual generó un equilibrio más homogéneo en la operación hotelera a nivel destino y categoría.

En materia de desarrollo y fomento a la oferta, se continuó el impulso a los centros turísticos integralmente planeados, a través de obras de infraestructura básica, de urbanización y de equipamiento turístico y urbano. Con estas acciones se consolidó la infraestructura turística en Cancún, Ixtapa-Zihuatanejo, La Paz, los corredores de los Cabos y Loreto-Nópolo-Puerto Escondido y en Bahías de Huatulco que, en conjunto al final de la administración contaban con una oferta de 18 mil 397 cuartos disponibles.

En cuanto al Fondo Nacional de Turismo, al concluir esa administración el gobierno federal señalaba que: "En el periodo 1983-1987 se apoyó la construcción de 22 mil 469 cuartos, mediante un financiamiento que representa el 58 por ciento de la inversión total; además el fondo canalizó recursos para la remodelación de 14 mil 73 cuartos y la rehabilitación de 6 mil 879 habitaciones dañadas por los

sismos de septiembre de 1985¹²⁷. En lo que respecta a la inversión privada, mediante el mecanismo de sustitución de deuda pública por inversión, ésta se estimuló hasta 1987, más de 70 proyectos por un monto superior a los 650 millones de dólares.

En el siguiente cuadro se observa que el volumen de inversión privada estuvo concentrada en los centros turísticos de Acapulco, Mazatlán, Puerto Vallarta y Distrito Federal, representando el 69.6% con relación al total acumulado en el periodo. Un aspecto importante que hay que resaltar es que durante el periodo 1983-1988 a través del financiamiento se generaron 73 mil 591 empleos directos e indirectos, con lo que se empleaba un millón 825 mil personas, lo que representó el 7.1 % de la población económicamente activa a nivel nacional¹²⁸.

INVERSIÓN EN CENTROS ESTRATÉGICOS TRADICIONALES 1984-1988

CENTRO TURISTICO	INVERSIÓN PRIVADA	%
Acapulco	30,000	24.6
La Paz	2,500	2.0
Cozumel	2,500	2.0
Guadalajara	7,500	6.1
Mérida	3,750	3.1
Mazatlán	17,500	14.3
Manzanillo	3,750	3.1
Veracruz	2,500	2.0
Guaymas - San Carlos	2,000	2.0
Puerto Vallarta	15,000	12.3
Distrito Federal	22,500	18.4
Oaxaca	3,750	3.1
Guanajuato	1,750	1.4
Morelia	1,750	1.4
San Felipe	1,750	1.4
San Miguel de Allende	1,750	1.4
Zacatecas	1,750	1.4
	Total	122,000
		100.0

¹²⁷ *Ibid.* p. 50.

¹²⁸ *Ibid.*

F

Fuente: Subsecretaría de Planeación Dirección General de Política y Programas sectoriales SECTUR, México 1988.

En el periodo de enero de 1987 a agosto de 1988, apoyados en 18 manuales de educación turística, se capacitaron a 25 mil 600 personas, siendo ésta la primera administración federal que estableció un programa de capacitación de tal magnitud para elevar la prestación de servicios turísticos. Esta última observación tiene especial importancia ya que a través de la educación es como se debe elevar el nivel de los prestadores de servicios turísticos para lograr su óptimo desempeño. Sin embargo, existe un gran problema a resolver y tiene que ver con la necesidad de abrir espacios laborales que no limiten al prestador de servicios y le permitan crecer personal y profesionalmente.

3.1.3 Evaluación General al Periodo 1982-1988

El turismo en estos años, fue considerado una actividad que ofrecía múltiples facetas en su desarrollo. La gran variedad de atractivos turísticos que ofrecía nuestro país representaban una explotación económica promisorio pero se localizaban en zonas aisladas que no tenían otra alternativa viable de crecimiento económico.

En los primeros años de la década de los ochenta, la oferta turística observó una concentración geográfica en las zonas de playa y en las principales ciudades de interés histórico y cultural, que correspondía a esquemas de preferencia de las corrientes turísticas del exterior y a modalidades del mercado interno, lo cual propició una escasez de oferta con características diferentes para atender otros segmentos del mercado y para aprovechar el gran potencial turístico en la totalidad del territorio nacional.

El gobierno de Miguel de la Madrid tomó como base para la creación de un Plan Nacional de Turismo, los únicos planes para el desarrollo del sector creados anteriormente, el Plan Nacional de Turismo de 1963 y el Plan Nacional de Turismo de 1978 y con ello se dio un gran salto en materia de turismo ya que se puso en marcha un programa que sentaría las bases para el desarrollo de la actividad turística de los años siguientes; gracias a esta planificación de la actividad se alcanzó un saldo record positivo en la balanza turística.

El Programa Nacional de Turismo 1984-1988 destacó la importancia del sector turismo en el desarrollo económico y social de nuestro país. Dicha importancia se explica por su capacidad para captar divisas, generar empleos productivos, contribuir al desarrollo regional equilibrado, generar inversión, estimular a gran parte de los sectores económicos y fortalecer la identidad cultural.

Un aspecto muy importante dentro de las aportaciones de esta administración fue la búsqueda de la consolidación de la demanda extranjera de servicios turísticos y el fortalecimiento del turismo interno en especial el turismo social. Así mismo, se cumplieron objetivos de cambio estructural como la desconcentración y descentralización administrativa en los tres niveles de Gobierno Federal, Estatal y Municipal. Durante esta administración, por primera vez, los sectores privado y social participaron en colaboración con el gobierno federal y estatal en campañas de promoción para la actividad turística. Esto fue muy importante ya que se comenzó a dar la importancia al turismo como actividad generadora de empleo, impulsora de desarrollo en zonas rurales, generadora de inversión, etc.

Por otra parte, se capacitaron a 25 mil 600 personas en el ramo turístico siendo ésta la primera administración federal que estableció un programa de capacitación de tal magnitud lo cual resulta indispensable para lograr el mejoramiento de la actividad, ya que es este personal el primer contacto con el turista y de su formación depende, en gran parte, la impresión que el turista se lleve de nuestros servicios turísticos.

El turismo receptivo provenía en su mayoría de EE.UU. razón por la cual la mayoría de las campañas publicitarias se canalizaron fundamentalmente a los lugares y segmentos más significativos de este país, por tanto la promoción hacia el resto del mundo se limitó a participar en diversos eventos y ferias mediante la distribución de material e información promocional, montaje de pabellones y preparación de muestras gastronómicas y artesanales, razón por la cual no se dieron avances significativos en materia de diversificación.

Para lograr el desarrollo turístico regional se puso en marcha una política de carácter espacial para lograr la identificación de atractivos turísticos; se definieron zonas y corredores que debían ser contemplados por la planeación regional y un aprovechamiento óptimo del potencial turístico. Por otro lado, como política financiera se fomentó la inversión privada y social en el sector de acuerdo a las necesidades de desarrollo de la industria turística y de la disponibilidad de recursos. La inversión privada se estimuló hasta 1987 mediante el mecanismo de sustitución de deuda pública por inversión, gracias a éste mecanismo pudieron concretarse más de 70 proyectos por un monto superior a los 650 millones de dólares.

Otro aspecto fundamental en la conducción de la política turística fue la liquidación del Banco Nacional de Turismo S.A., creado por decreto presidencial el 8 de enero de 1982 y cuyas funciones asumió el FONATUR. Este fondo ha representado, desde su creación en 1974, el instrumento de financiamiento más importante dentro de la actividad ya que plantea el impulso a la oferta turística nacional de forma planificada y sustentable con el triple propósito de captar divisas, contribuir al desarrollo regional más equilibrado en todo el país y sobretodo generar empleo y elevar el nivel de vida de la población. Durante esta administración el FONATUR constituyó un porcentaje de más del 50% del total del financiamiento para la remodelación y rehabilitación de miles de instalaciones dañadas por los sismos de septiembre de 1985.

En ese periodo gubernamental los centros turísticos del país que más destacaron a nivel mundial fueron Acapulco, Cozumel, Cancún, Mazatlán y Puerto Vallarta y se debió en gran medida a que se consolidaron mediante el impulso de los centros integralmente planeados (CIP'S), recibiendo inversión que generó una mejora en infraestructura, creación de empleos y por ende mayor afluencia de turismo internacional que generó más ingresos a estos lugares.

En cuanto a la política turística en el ámbito internacional, México, como Estado miembro de la OMT, durante el gobierno de Miguel de la Madrid, se mostró a favor del dialogo internacional para mejorar el turismo en el mundo y en particular a favor de la consolidación del turismo social, una de las grandes aportaciones de esta administración a los turistas nacionales.

3.2 Impacto de la actividad turística en México durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari 1989-1994

En el ámbito mundial, a partir de 1985, el turismo presentó un desarrollo más favorable, producto de la estabilización económica de los países desarrollados y de cambios fundamentales en las relaciones económicas, políticas y tecnológicas internacionales. En 1990 se registró un movimiento internacional de turistas de 425 millones de personas a nivel mundial, de las cuales México captó 6.4 millones de visitantes, participando en el mercado mundial con el 1.5 %¹²⁹.

Los ingresos del turismo internacional durante el periodo 1980-1990 mostraron un crecimiento de 8.4% anual, generando recursos para las economías de los países. En el caso de México en este periodo se fortaleció el turismo en términos de flujos de turistas y gracias a ello se captaron divisas, se generaron empleos e inversión, al tiempo que se propició el desarrollo regional. Otros rubros que destacan la importancia del turismo en este periodo son la oferta hotelera, en la que nuestro

¹²⁹ SECTUR, Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994, México, 1991, p. 17.

país ocupó el cuarto lugar; ingresos turísticos, donde ocupó el décimo lugar y finalmente la captación de viajeros internacionales donde ocupó el decimocuarto lugar.

En cuanto a la participación del turismo en la economía, podemos decir que durante la década de los ochenta, la actividad turística en la economía nacional se puede apreciar por su participación en el Producto Interno Bruto (PIB) de 3.0%. El turismo receptivo participó en los ingresos de la cuenta corriente de la balanza de pagos excluyendo las exportaciones de petróleo crudo con 9.4% en 1990. Por su parte la actividad turística, generó de 1985 a 1990 saldos netos en divisas por 7,630 millones de dólares. Finalmente, la ocupación en la actividad turística alcanzó para 1990 más de 1.92 millones de personas que representaban alrededor de 7.4% de la población económicamente activa del país¹³⁰.

Estos datos nos muestran el impacto que para estos años ya representaba el turismo dentro de la economía nacional. Además, se subraya la importancia de esta actividad al tener la capacidad para promover el desarrollo regional, generar empleos y diversificar los destinos turísticos, ya que traslada la dinámica económica del mercado a zonas de poco desarrollo relativo. Esta característica ha sido aprovechada en México para descentralizar la actividad económica, reducir la concentración poblacional de las grandes ciudades y fortalecer las economías de las regiones siendo el caso de la experiencia de los destinos turísticos integralmente planeados como Cancún, Ixtapa-Zihuatanejo, Los Cabos, Loreto-Napolo y Bahías de Huatulco, los cuales desde su inicio han generado importantes demandas de infraestructura y equipamiento urbano, transporte, inversión y financiamiento, planta turística así como una creciente oferta de empleo eventual y permanente.

Durante este periodo, los flujos internacionales de turismo tuvieron también gran significado, en el periodo 1980-1990 la afluencia de turismo receptivo de internación mantuvo un crecimiento anual superior al mundial, no obstante la caída

¹³⁰ *Ibíd.*

histórica de -9.6% en el invierno de 1985, debido entre otros factores a los sismos de septiembre de ese año¹³¹. Así, para 1990 el total de turistas que visitaron nuestro país por vía terrestre ascendió a 2.1 millones y el turismo aéreo a 4.3 millones de personas. Los principales centros turísticos que recibieron turistas por vía aérea en orden de importancia fueron Distrito Federal, Cancún, Acapulco y Puerto Vallarta¹³².

Conforme se ha hecho mayor la demanda de servicios, ha sido indispensable ampliar y fortalecer la infraestructura a fin de responder a la demanda natural que se dinamiza con el pasar de los años; como mejoramiento de infraestructura urbana, de transportes y hotelera por citar solo algunos ejemplos.

En términos de segmentos de la demanda, en este periodo, el mercado de Estados Unidos representó en promedio el 87.4% de la afluencia total de turistas al país. En 1990 los estados de Texas y California se reafirmaron como los principales generadores de turistas con una participación conjunta de 54%. Por su parte, el mercado canadiense se ubicó en segundo lugar al generar el 4.6% del turismo en el mismo año¹³³.

Dos mercados que vieron decrecer su participación en el turismo receptivo de México en estos años fueron el europeo y el latinoamericano. La recuperación de ambos mercados y la apertura del mercado asiático representaba el mayor reto para México por el alto potencial turístico que representan. Las condiciones económicas del país durante los ochenta tampoco favorecieron el flujo de turistas mexicanos que visitaron el exterior, para motivar el turismo nacional se debían ofrecer mayores oportunidades y alternativas de recreación y uso del tiempo libre a nuestros compatriotas.

¹³¹ Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, Turismo, México, 23 de marzo de 2006 <http://archivos.diputados.gob.mx/centros_estudio/cesop/eje_tematico/2_turismo.htm>, login:bn (consulta: octubre de 2007).

¹³² SECTUR,
Op. Cit. p. 10.

¹³³ *Ibíd.*

Por otra parte, es importante destacar que de acuerdo al Plan Nacional de Modernización del Turismo 1989-1994, EE.UU. continuó representando el principal destino de los turistas mexicanos, captando 93% del total de los turistas de 1987 a 1990. El turismo nacional representaba cerca del 80% de la demanda de hospedaje en el país en ese periodo y pese a que presentó algunos incrementos la mayoría de la población tuvo un menor ingreso real, y por tanto, menor disponibilidad de recursos para la recreación.

Los turistas nacionales, realizaron en 1990, 36.5 millones de viajes, y la mayor dinámica del turismo nacional se observó en los centros urbanos y coloniales del país. Por entidad federativa los que tuvieron mayor captación de turistas nacionales fueron Jalisco, Distrito Federal, Veracruz y Baja California¹³⁴.

Cabe mencionar que en este periodo la promoción del turismo social no era una premisa como lo fue con la administración de Miguel de la Madrid, sin embargo, para ampliar la afluencia de los nacionales, en coordinación con los prestadores de servicios turísticos y organizaciones sindicales se apoyó el diseño y comercialización de paquetes turísticos integrales a precios económicos procurando promoverlos en temporadas de baja ocupación hotelera.

Durante este periodo sexenal se consideró a la modernización del turismo como un proceso de mediano y largo plazos, en el que las acciones debían orientarse a crear condiciones que permitieran participar y competir ventajosamente en un mercado mundial cada vez más globalizado y competitivo, así como avanzar en la creación de una oferta más diversificada, eficiente y acorde a los diversos estratos de la demanda nacional. Para lograrlo la administración salinista consideró el fomento a las inversiones como la mejor vía, también se buscarían avances en materia de promoción, publicidad, descentralización y desregulación entre otras.

¹³⁴ Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, Op. Cit.

Lo anterior se puede ver reflejado en el Programa General de Modernización del Turismo 1991-1994, mismo que se estableció en los objetivos y estrategias del Plan Nacional de Desarrollo 1988-1994. Este programa rescató los avances de los programas anteriores, lo cual resulta significativo ya que la continuidad en los proyectos es el elemento clave en cuanto a la planeación del turismo.

El programa se estructuró en congruencia con los objetivos de lograr la recuperación económica con estabilidad de precios y el mejoramiento productivo del nivel de vida de la población. Además, se basó en la estrategia de modernizar a México y proponer acciones que ubicaran al país en un elevado nivel competitivo dentro del marco internacional del turismo. En este programa, en particular se destacó el papel de los nuevos inversionistas privados en el desarrollo de la oferta, la promoción de la demanda y la capacitación de la mano de obra. Esto, como sabemos, se explica por el modelo económico neoliberal¹³⁵ implementado con mayor fuerza por esta administración. Resulta importante señalar que la teoría económica del neoliberalismo propone que son las fuerzas del mercado y de la competencia las encargadas de orientar la economía, dejando que el Estado se encargue de las actividades de vigilancia, así como de proporcionar la estructura legal y las garantías para la operación del capital privado¹³⁶. A fines del Siglo XX el neoliberalismo se presentó en el marco de la globalización, la revolución tecnológica y la sociedad de la información.

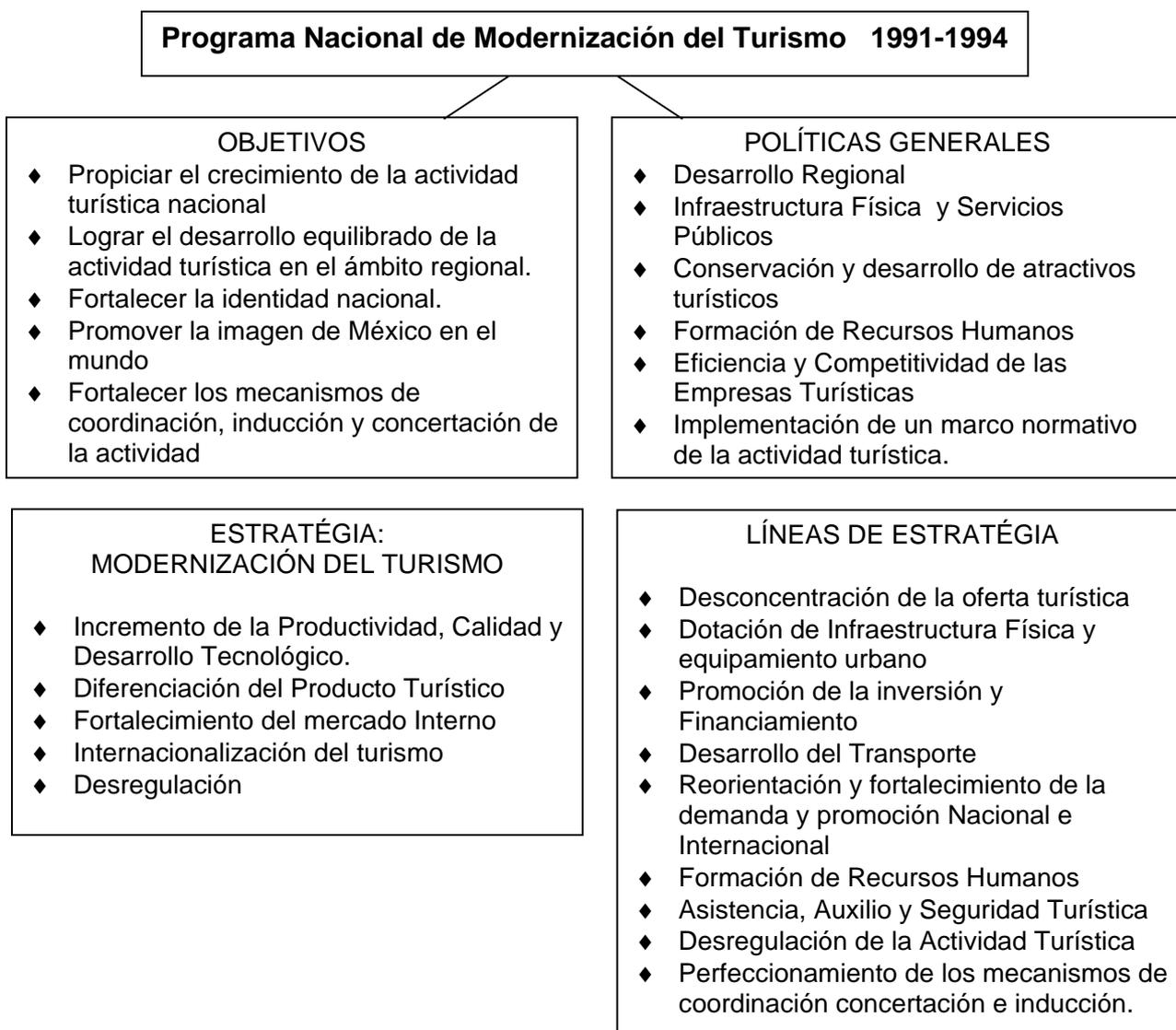
Con este panorama, surgió el Plan Nacional de Modernización del Turismo, un documento que destaca la labor coordinadora del Gobierno Federal en todos los niveles para direccionar la modernización del turismo en el territorio nacional. A

¹³⁵ En nuestro país, la inducción franca de doctrinas neoliberales se inició en 1982, con el Régimen del presidente Miguel de la Madrid. Dichas políticas económicas se aplicaron con mayor ímpetu durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, durante el cual se instrumentaron medidas económicas como la firma del Tratado de Libre Comercio para América del Norte, la venta de empresas paraestatales a particulares ect. Carlos Amaya Molinar Op. Cit. p. 4.

¹³⁶ David W Pearce, Diccionario de economía moderna del MIT [en línea]: 2002. <<http://www.bcct.unam.mx/libros.htm>>, login: bn (consulta octubre de 2007).

continuación se presentan los objetivos, estrategias y políticas generales de dicho plan.

3.2.1 Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994



Fuente: Elaboración propia con datos de SEGOB, Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994 México, 1991.

En el marco del Programa Nacional de Modernización del Turismo y en estrecha coordinación con diversas Secretarías de Estado, el Gobierno Federal puso en

marcha la estrategia de modernización para este tan importante sector de nuestra economía, los principales resultados, se describen a continuación.

3.2.2 Evaluación de resultados del programa general de modernización del turismo 1991-1994.

Como es bien sabido cuando Carlos Salinas ganó las elecciones quería ganar credibilidad y cumplió su cometido al lograr que la gente creyera en él. Como lo vimos al final del sexenio, el pueblo mexicano había aceptado la idea de que el país podría ingresar al primer mundo a través de un tratado comercial, el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN).

Salinas planteó y promovió con fuerza este acuerdo comercial con el respaldo de su gabinete, conformado por “tecnócratas”¹³⁷, quienes se encargaron de orientar la política exterior de nuestro país hacia EE.UU. prioritariamente. Por otra parte se promovió la privatización de siderurgias, telefonía, bancos, transportación aérea etc. Esta línea de acción que daba prioridad al norte tendría continuidad en los subsecuentes periodos presidenciales de Ernesto Zedillo y Vicente Fox.

Es muy importante tomar en cuenta esta orientación de la política exterior de nuestro país hacia EE.UU. al revisar los resultados obtenidos durante este periodo y los subsecuentes sexenios en materia de turismo, ya que explica porque el sector es dependiente en gran medida de los turistas norteamericanos.

Un aspecto significativo en este periodo es que el 1º de enero de 1994, fecha en que entró en vigor el TLCAN, estalló en Chiapas el movimiento Zapatista de Liberación Nacional. Este movimiento provocado por las crisis políticas, económicas y sociales en el país afectó de forma directa a la economía mexicana.

¹³⁷Partidario de la tecnocracia, forma de gobierno cuyas teorías propugnan que la dirección política y económica de los estados sea en función de especialistas, con el objeto de maximizar la gestión. OCEANO UNO diccionario enciclopédico ilustrado. Edit. Oceano, Barcelona, 1995, s/p. *Com.* Persona que ocupa un cargo público por la preeminencia de sus conocimientos técnicos Diccionario de la Lengua Española [en línea]: <<http://www.wordreference.com>>, login: bn (consulta 12 de agosto de 2007).

Los países del exterior veían en el interior del país, un México inestable para el cuál las inversiones y préstamos estarían cada vez más limitados.

No obstante, la inversión extranjera en materia de turismo aumentó considerablemente debido a la revisión, modificación y flexibilización de las leyes y los reglamentos en la materia a efecto de facilitarla y promoverla; así, se estableció que la inversión extranjera en el sector turismo podría ser hasta del 100%. Al permitir hasta el 100% de inversión extranjera en el sector, gran cantidad de imperios comerciales se instalaron en nuestro país y propiciaron que la derrama económica se dirigiera al extranjero. Ejemplo de ello es que las grandes cadenas hoteleras como Hilton, Radison, Sheraton, etc. que promueven la venta de viajes todo pagado VTP, donde los principales gastos que realiza el turista son realizados en su lugar de residencia y el gasto que se genera en nuestros destinos turísticos es, por tanto, mínimo.

“Hasta 1990 se formalizaron 19 fondos de garantía para la pequeña empresa turística y se sentaron las bases para su establecimiento en todos los Estados del país, destinados a promover las pequeñas inversiones en hoteles y servicios turísticos”¹³⁸. Durante la administración salinista, se inició la reestructuración financiera de FONATUR y se firmaron convenios con el Banco de México y con Nacional Financiera y la Banca Privatizada, todo ello, con el fin de garantizar el flujo de recursos crediticios para la inversión turística de los años siguientes.

Con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología se logró un acuerdo de concertación específica en materia de cruces fronterizos y facilidades de señalización en las ciudades fronterizas. Además se coordinaron y simplificaron aspectos del turismo cinegético. Con las autoridades municipales se llevaron a cabo, reuniones de municipios turísticos apoyándolos a través de BANOBRAS en sus programas de remodelación urbana y directamente en materia de

¹³⁸ SEGOB, Op. Cit. p. 12.

señalamiento urbano y turístico, así como implementando programas de higiene en alimentos y bebidas para lograr la excelencia turística.

Con las autoridades locales y prestadores de servicios turísticos se realizaron acuerdos que implicaron desde la capacitación y atención al turista, mejoramiento de sanitarios en instalaciones de gasolineras hasta programas y seminarios de concientización y capacitación turística. Por otro lado, respecto al impacto económico generado por la actividad de 1991 a 1994 tenemos que el turismo representaba el 3.2% del Producto Interno Bruto (PIB), si se cuentan sólo hoteles y restaurantes; más de 5% del PIB si se agregan los segmentos eminentemente turísticos de transporte, de comercio y de entretenimiento.

Así para 1994 el fenómeno turístico representó un volumen de más de 83 millones de visitantes extranjeros que gastaron en nuestro país 6,317 millones de dólares. Estas cifras ubicaron a México como el décimo país en volumen de turistas y el decimosegundo en entrada de divisas a nivel mundial. Al respecto véase la siguiente tabla:

**PRINCIPALES DESTINOS EN EL MUNDO EN FUNCIÓN DE LA LLEGADA DE
TURISTAS, 1994-1995**

		1994		1995 p/	
		País	Miles de Turistas	País	Miles de Turistas
Posición					
Total	Total Mundial		545,878	Total Mundial	661,027
1	Francia		61,312	Francia	60,000
2	Estados Unidos		45,504	España	44,886
3	España		43,232	Estados Unidos	43,493
4	Italia		27,480	Italia	29,953
5	Hungría		21,425	Reino Unido	23,746
6	China		21,070	China	23,368
7	Reino Unido		21,034	Hungría	20,700
8	Polonia		18,800	México *	20,162
9	Austria		17,894	Polonia	19,200
10	México *		17,182	Austria	17,173
11	República Checa		17,000	Canadá	16,896
12	Canadá		15,971	República Checa	15,500
13	Alemania		14,494	Alemania	14,847
14	Suiza		12,200	Suiza	11,500
15	Grecia		10,713	Hong Kong	10,200
16	Hong Kong		9,331	Grecia	10,130
17	Portugal		9,132	Portugal	9,706
18	Malasia		7,197	Malasia	7,469
19	Singapur		6,268	Turquía	7,083
20	países Bajos		6,178	Tailandia	6,951
21	Tailandia		6,166	Países Bajos	6,574
22	Turquía		6,034	Singapur	6,422
23	Bélgica		5,309	Bélgica	5,224
24	Federación de Rusia		4,463	Federación Rusa	4,796
25	Macao		4,489	Sudáfrica	4,488
26	Irlanda		4,309	Indonesia	4,324
27	Bulgaria		4,055	Irlanda	4,231
28	Indonesia		4,006	Macao	4,202
29	Argentina		3,866	Bulgaria	4,125
30	Túnez		3,856	Túnez	4,120

Fuente: SECTUR, Informe de Labores 1994-1995, México, 1995. Anexo I p. 286.

Personal Ocupado y Participación del Turismo en el PIB

Año	Personal empleado 1 /			Porcentaje en el PIB
	Total	Directos	Indirectos	
1980	1575.6	450.2	1125.4	3.4

1981	1733.0	495.1	1237.9	3.3
1982	1808.8	516.8	1292.0	3.4
1983	1773.5	506.7	1266.8	3.4
1984	1767.7	505.1	1262.6	3.0
1985	1684.0	481.1	1202.8	2.6
1986	1708.8	488.2	1220.6	2.6
1987	1771.0	506.0	1265.0	2.7
1988	1806.1	516.0	1290.1	2.7
1989	1923.3	549.5	1373.8	2.8
1990	2005.5	573.0	1432.5	2.9
1991	2053.1	586.6	1466.5	3.0
1992	2120.3	605.8	1514.5	3.2
1993 p	2126.4	607.6	1518.9	3.2
1994 e	2158.3	616.6	1541.7	3.2

1/ se consideran empleados directos los que laboran en la rama de restaurantes y hoteles. Los indirectos se refieren a los ocupados en el sector servicios, con base al factor 2.5 por empleo directo. El total puede no coincidir con la suma de los parciales debido al redondeo.

2/ Comprende restaurantes y hoteles

p/ cifras preliminares e/ cifras estimadas

Fuente: SEGOB, Sexto Informe de Gobierno 1994 Carlos salinas de Gortari, México, 1994, Anexo p. 290.

Desde el punto de vista de la inversión extranjera que captó México en los últimos cinco años del gobierno salinista, el sector turismo recibió el 15.6% de la misma. Así, en 1994 el saldo de la balanza turística fue de 954.3 millones de dólares, cifra superior en un 57.5% con respecto al año de 1993; pero, pese a las cifras que nos hablan del auge en la inversión en el sector en esos años, debemos señalar que el turismo también fue afectado por la crisis económica de 1994. Al respecto, se hizo necesario un enfoque nuevo de las políticas turísticas que permitiera una mayor

eficacia en el gasto público y que creara condiciones para una efectiva integración del sector, sobre todo que potenciara sus beneficios económicos, sociales y culturales bajo un esquema de sustentabilidad del desarrollo turístico¹³⁹.

Es importante observar como conceptos como sustentabilidad comienzan a tener mayor importancia, ya que durante mucho tiempo la lógica del desarrollo económico se guió por un sistema abierto de producción e intercambio económico en donde la disponibilidad de recursos naturales, así como las condiciones físicas del ambiente, se manejaban como variables exógenas e irrelevantes. La gravedad del deterioro ambiental acumulado ha conducido a considerar la variable ecológica como un factor económico de primera importancia. Este es un planteamiento que se basa en aspectos visibles pues existe una imperiosa necesidad de preservar los recursos naturales con los que se cuenta nuestro país y el mundo entero ya que del cuidado de estos recursos depende el futuro desarrollo de las nuevas generaciones.

Por otra parte, el FONATUR implementó la creación de paradores nacionales en carreteras y apoyó la creación de la escalera náutica que se apoyaría en proyectos turísticos que diversificarían la oferta turística mexicana. Además, en lo que respecta al transporte, la SECTUR en coordinación con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes logró la liberalización de la política de transporte aéreo.

Durante este periodo, la mayor parte de las acciones se orientaron hacia la diversificación de la oferta turística mexicana a través de la publicidad y promoción con identificación regional o específica de grandes urbes para el turismo de negocios; de las ciudades coloniales y zonas arqueológicas de la Frontera Norte para el turismo nacional y extranjero, al igual que mediante acciones compartidas con otros sectores involucrados en el desarrollo turístico, comercial y cultural¹⁴⁰.

¹³⁹ Carlos Muñoz Villarreal, "La innovación dentro de una estrategia de desarrollo sustentable" en Revista de Comercio Exterior. Edit. Banco de México, México, Diciembre de 2001. p. 33.

¹⁴⁰ SECTUR, Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994 Op. Cit. p. 11.

Esta administración creyó en el proyecto de descentralización y modernización del sector administrativo turístico mediante la reforma administrativa de las delegaciones federales en todo el país, la creación de Consejos de Turismo con atribuciones de promoción y planeación y los gobiernos estatales y municipales otorgaron sanciones a los infractores en la prestación de los servicios turísticos. También se implementó un sistema estricto de clasificación y se reforzó el concepto de calidad turística como eje de la clasificación y la verificación de los servicios, lo cual representó una base importante pues dejó en manos de los empresarios la comercialización total y protegió al usuario mediante una clasificación estricta que reflejó la oferta turística mexicana.

En materia de seguridad, mediante acciones de coordinación con autoridades federales a través del programa "Paisano" se otorgaron facilidades en aduanas y puestos migratorios y se logró la cancelación de retenes carreteros por parte de la Procuraduría General de la República. Además, este programa surgió en 1989 con el propósito de instrumentar diversas acciones para el mejoramiento de trámites y servicios en fronteras, puertos y aeropuertos internacionales del país, principalmente en los puntos fronterizos cuyos objetivos principales eran generar el mayor número de divisas a través del turismo, fomentar las exportaciones de bienes y servicios y transportar adecuadamente las personas y mercancías a nivel nacional e internacional.

El objetivo primordial del Programa Paisano fue contribuir a través de acciones preventivas para abatir el índice de accidentes carreteros, prestando servicios de auxilio mecánico, información turística, radio comunicación y asistencia en primeros auxilios a los vacacionistas que transiten por el territorio nacional, así como brindar un recibimiento afectivo y justo a nuestros connacionales evitando posibles actos de corrupción, extorción y abuso de poder por parte de los servidores públicos que les brindaron atención al momento de su ingreso o tránsito por el país, haciendo extensivos estos servicios al turismo en general. Además, se proporcionó orientación sobre trámites y servicios, en tanto que las quejas y

denuncias se canalizaron a las instancias competentes para la aplicación de la sanción correspondiente¹⁴¹.

En cuanto a la inversión extranjera total, cerca del 13% se canalizó a este sector, que representaba entonces el 3.2% de producto nacional y empleaba a casi dos millones de personas.¹⁴² La paradoja fue que la administración salinista, se ocupó tanto de la apertura económica y las relaciones bilaterales con EE.UU. que en realidad no se trabajó en la recuperación del turismo europeo y latinoamericano, y tampoco se logró la apertura del turismo asiático. De hecho, en el Plan Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994 no se menciona la promoción de México en otros mercados, como herramienta indispensable del desarrollo del sector turismo en nuestro país. En cambio, se habla continuamente de la importancia de seguir impulsando el turismo de la frontera norte.

Dentro de las acciones concretas se señala la participación de México en los principales eventos internacionales especializados de turismo para extender y diversificar la comercialización de destinos turísticos a todo el mundo. Sin embargo con relación a la promoción del turismo fronterizo se señalaba que “Se intensificará la promoción del turismo fronterizo del norte del país, para captar el potencial del mayor mercado del mundo, poniendo especial interés en los residentes en Estados Unidos de origen mexicano”.¹⁴³

En el Plan Nacional de Modernización del Turismo se señaló la importancia que tiene la privatización y los acuerdos bilaterales para el turismo y argumentaba que “el proceso de privatización de las líneas aéreas nacionales, la apertura y facilidades otorgadas para la internación de vuelos de fletamento y la apertura en los convenios bilaterales aéreos impulsan ahora fuertemente el arribo de turistas internacionales por vía aérea”¹⁴⁴.

¹⁴¹ SECTUR, Acerca del Programa Paisano [en línea]: <http://www.paisano.gob.mx/acerca.php?id_101>, login: bn (consulta: 22 de octubre de 2007).

¹⁴² SEGOB, Sexto Informe de Gobierno Carlos Salinas de Gortari, México 1994, p. 40.

¹⁴³ SECTUR, Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994, Op. Cit., p. 52.

¹⁴⁴ *Ibíd.* p.20.

Es correcto atender a un mercado tan importante como lo es el de EE. UU. pero es necesario que se pongan en marcha más acciones para diversificar nuestro turismo ya que de no hacerlo, la dependencia que se genera puede resultar perjudicial. Por otra parte, la privatización sí influyó en el arribo de turistas a nuestro país al igual que la firma de acuerdos como el Tratado de Libre Comercio con América del Norte; sin embargo, se puede leer entre líneas el empeño de esta administración por justificar, también por medio del turismo, el proyecto político y económico ya establecido.

Por último, cabe destacar la información presentada en el Sexto Informe de Gobierno de Carlos Salinas de Gortari, en lo que respecta al turismo señala que avanzamos significativamente en la reconversión de la actividad turística, con nuevos atractivos en ciudades coloniales, en turismo ecológico y en centros arqueológicos, como el denominado Mundo Maya. Actualmente ocupamos el octavo lugar en el mundo en captación de turistas. El desarrollo de 15 megaproyectos turísticos en todo el territorio nacional, contribuyó a ampliar la oferta de hospedaje que, para 1994, rebasó los 374 mil cuartos.

La actividad turística alcanzó una balanza favorable entre 1988 y 1994, de 11 millones de dólares¹⁴⁵. Esto colocó al sector turístico mexicano en primer lugar por este concepto entre los países latinoamericanos. Este es un elemento que debemos destacar ya que históricamente México ha sido líder de la región latinoamericana. Por ello resultaría muy útil que nuestro país explotara al máximo su potencial turístico y cooperara con el resto de los países latinoamericanos para ayudarlos a optimizar el desarrollo de su actividad turística.

3.2.3 Evaluación General al Periodo 1989-1994

¹⁴⁵ SEGOB, Sexto Informe de Gobierno Carlos Salinas de Gortari Op Cit.

Este periodo estuvo caracterizado por el fortalecimiento del turismo en términos de flujos de turistas, México se posicionó como un país muy importante en el sector turismo y prueba de ello es que ocupó el décimo lugar mundial en captación de viajeros internacionales a y el decimocuarto lugar mundial en cuanto a ingresos turísticos. Además, el impacto que tuvo el turismo en este periodo, al igual que la importancia económica de la actividad, se hizo presente al demostrar la capacidad de esta actividad para promover el desarrollo regional, generar empleos y diversificar los destinos turísticos.

La administración salinista consideró la modernización del turismo como un proceso de mediano y largo plazos, en el que las acciones debían orientarse a crear condiciones que permitieran participar y competir ventajosamente en un mercado mundial cada vez más competitivo y globalizado, así como avanzar en la creación de una oferta más diversificada. Para lograrlo, las inversiones se consideraron la mejor vía, por lo que hubo grandes modificaciones en materia de desregulación. Ello obedecía en gran parte a los lineamientos de la doctrina económica neoliberal implementada con tanta fuerza en este sexenio.

Cuando se puso en marcha el Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994 se establecieron dos objetivos principales: lograr el crecimiento de la actividad turística nacional y promover la imagen de México en el mundo para lo cual se utilizaron como estrategias la desregulación y la promoción de la inversión, dando prioridad a la inversión y financiamiento extranjero, situación que se agudizó cuando las leyes y reglamentos se flexibilizaron tanto que permitieron hasta un ciento por ciento de inversión extranjera en el sector. Como consecuencia grandes imperios se instalaron en el país. En cuanto a la promoción de la imagen de México en el mundo, en realidad no se dieron grandes avances ya que la atención se centró en la promoción de nuestros destinos en la frontera norte.

Una aportación importante durante esta administración fue la creación del Programa Paisano ya que gracias a él se logró reducir en parte el índice de

accidentes carreteros, se dio un recibimiento más justo a nuestros connacionales y disminuyó el abuso de poder por parte de los servidores públicos que les atendieron a su ingreso o tránsito por el país. Finalmente, hay que destacar que en lo concerniente a la internacionalización del sector, la administración salinista se ocupó con tanto esmero de la apertura económica y las relaciones bilaterales con EE.UU. que se prestó muy poca atención a la recuperación del turismo europeo y latinoamericano y a la apertura del turismo asiático.

3.3 Impacto del sector turístico en México durante el Gobierno de Ernesto Zedillo Ponce de León 1994-2000.

En este periodo, el gobierno federal se encontraba convencido de que por su impacto en el desarrollo regional, la generación de empleo y la captación de divisas, la actividad turística era la opción más rápida y viable de desarrollo para algunas regiones del país. Además, se sabía que en nuestro país el turismo tiene ventajas extraordinarias por su vecindad con grandes mercados y sobre todo por la singularidad de sus recursos ecológicos y culturales limitadamente utilizados en la actividad turística.

Recordemos que México ofrece al mundo una inmensa riqueza patrimonial, expresada en monumentales vestigios prehispánicos, ciudades coloniales y moderna arquitectura; artes plásticas, música, tradiciones culturales indígenas y mestizas; gastronomía y toda clase de manifestaciones de nuestro pasado y nuestro presente cultural¹⁴⁶.

Entre 1990 y 2000, la actividad turística se había consolidado como una de las principales fuentes generadoras de divisas para el país al captar durante el periodo ingresos superiores a los 73 mil millones de dólares, resultado de recibir a más de 204 millones de turistas. Asimismo, en el periodo comprendido de 1993 a 2000, la participación del turismo en el Producto Interno Bruto (PIB) representó, en

¹⁴⁶ Véase “Turismo Motor de Desarrollo”, Revista Desarrollo Económico Año 1, No. 11, México, noviembre 2001 p. 40.

promedio el 7.5% del total nacional. Destacan por su aportación algunas actividades como el transporte (2.5%), restaurantes y bares (2.0%), alojamiento (1.1%), comercio (1.0%) y la producción artesanal (0.9%, incluida en la industria manufacturera; contribuyendo en conjunto con el 7.5% del PIB total¹⁴⁷.

El conjunto de bienes y servicios que consumen los turistas, tanto residentes en México como en el extranjero, constituye un mercado de enorme importancia para muchos sectores. De esta manera, en el lapso de 1993 a 2000, los restaurantes y hoteles presentaban una importancia económica significativa, pues el 52.1% de esta actividad se destinó al turismo, el 29.0% al transporte, lo mismo que el 18% a los servicios de esparcimiento. Destacó también la aportación de la demanda turística a la industria manufacturera, que fue del orden de 7.5%, principalmente por la producción artesanal¹⁴⁸.

Es importante mencionar que la mayor parte del consumo turístico fue realizado por los viajeros domésticos. El consumo del turismo doméstico en este periodo representó el 83.9% del consumo total en el mercado interno, superando en más de seis veces el consumo efectuado por el turismo extranjero, que alcanzó el 12.6%. El resto del consumo lo absorbió el turismo egresivo por los gastos realizados en la preparación de sus viajes y en el pago de pasajes, terrestres o aéreos, a empresas nacionales. Ello muestra claramente la importancia que reviste el gasto realizado por los mexicanos durante sus viajes dentro del territorio nacional¹⁴⁹.

Como podemos observar, la aportación de turistas mexicanos al viajar dentro del territorio nacional constituye una contribución significativa para la actividad turística, pese a ello, las políticas en cuanto a la atracción de turistas han estado dirigidas en su mayoría a los turistas extranjeros.

¹⁴⁷ Véase Indicadores Internacionales de turismo, [en línea]: 25 de agosto de 2006.<http://archivos.diputados.gob.mx/centros_estudio/cesop/indicadores/internacionales/indi_turismo002.htm>, login:bn (consulta: octubre de 2007).

¹⁴⁸ Véase *Ibid.*

¹⁴⁹ Véase SECTUR, Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, México, 1995 p. 34.

Como hemos visto, el turismo atrae inversiones, de acuerdo con el Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, la iniciativa privada invirtió 1,969 millones de dólares en proyectos turísticos en 2004, superando en casi 40% de lo invertido en julio del 2003. Esta inversión representó la generación de más de 20 mil empleos directos¹⁵⁰.

De acuerdo con el plan Nacional de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, el Turismo fue uno de los fenómenos socioeconómicos más importantes de la segunda mitad del siglo XX. Durante el año de 1994, éste representó un movimiento internacional de 567 millones de turistas con un crecimiento en el flujo de turistas de 3.8% y un gasto de 372 mil millones de dólares¹⁵¹. En 1994 las regiones turísticas del mundo, en orden de importancia fueron Europa, América Asia Oriental, África, el Medio Oriente y Asia Meridional. En cuanto a captación del gasto del turista internacional, México ocupó el lugar número 12 con un total de 6,363 millones de dólares y el 1.8% del gasto total¹⁵².

Por otro lado, en América, México ocupó el segundo lugar en captación de turistas internacionales, después de EE.UU., captando el 15.99% del total de los viajeros. En generación de divisas, en 1994 México ocupó el tercer lugar después de EE.UU. y Canadá, al captar el 6.87% del gasto total. En 1995 México ocupó el octavo lugar mundial en número de turistas internacionales, captando 20.162 millones que representó el 3.6% del total mundial¹⁵³.

¹⁵⁰ *Ibíd.*

¹⁵¹ *Ibíd.* p. 35.

¹⁵² *Ibíd.*

¹⁵³ OMT, Tendencias de los Mercados Turísticos del Mundo 1985-1994 [en línea]: 1995 <http://www.omt.org/tendencias_mundiales_turismo.html>, login: bn (consulta 27 Agosto de 2007).

Principales Países del mundo en función de sus llegadas por Turismo Internacional. 1995 (Miles de Turistas)

PAÍS	Llegadas de Turistas
Francia	60,584
España	45,125
Estados Unidos	44,730
Italia	29,184
China	23,368
Reino Unido	22,700
Hungría	22,087
México	20,162
Polonia	19,225

Fuente: OMT, Tendencias de los Mercados Turísticos del Mundo 1985-1994 [en línea]: 1995 <http://www.omt.org/tendencias_mundiales_turismo.html>, login: bn (consulta 27 Agosto de 2007).

El fenómeno del turismo en 1995 se encontraba constituido por más de 85 millones de visitantes internacionales que, derramaron 6,164 millones de dólares. De acuerdo a los datos de la encuesta Nacional de Turismo en Hogares, realizada por INEGI-SECTUR durante 1994, el número de turistas domésticos que viajaron dentro del país con pernocta fue de 137 millones, mientras que los excursionistas o visitantes de un solo día fueron de 250.6 millones, lo que suma 388 millones de viajes persona dentro del país¹⁵⁴.

El crecimiento medio de los ingresos por turismo internacional ha superado el de las exportaciones mundiales de servicios comerciales. En 1994, el gasto por turismo internacional representó el 8% de la exportación mundial de bienes y el 31% del total mundial de la exportación de servicios. Se calcula que en 1995 la actividad turística contribuyó con el 10.9 % del PIB mundial y con el 11.1% del total de impuestos pagados. El turismo generaba en este periodo 1 de cada 9 plazas de trabajo a nivel mundial (2.12.2 millones de empleos) en el mismo año, la

¹⁵⁴ *Ibíd.*

actividad turística ocupó el tercer lugar a nivel internacional en aportación de divisas.¹⁵⁵

En México, la industria turística ha sido un elemento fundamental en la creación de empleos, se calcula que en 1995 contribuyó con el 9% del total de la planta de empleo, alrededor de 600 mil empleos directos y de 1 millón 500 mil indirectos. De acuerdo a cifras del XI censo de Población y Vivienda, las actividades relacionadas con las ramas de restaurantes y hoteles participaron con el 3.3% de la población ocupada, a la cual habría que agregar los que se realizan en otras actividades asociadas al sector como la industria artesanal, las actividades agrícolas y las agropecuarias.

En materia de generación de divisas, el turismo en México ocupó en este periodo el tercer lugar, sólo después del petróleo y las manufacturas. Los ingresos recibidos por visitantes internacionales¹⁵⁶ en 1995, ascendieron a 6,164 millones de dólares, mientras que el gasto que realizaron los mexicanos que viajaron al extranjero fue de 3,164 millones de dólares, por lo que en esos años se obtuvo un saldo superavitario de 3.000 millones de dólares¹⁵⁷.

En 1995, el turismo representó el 3,1% del PIB, si se cuentan sólo hoteles y restaurantes. En el mismo año el valor de los activos turísticos se calcula en 25 millones de dólares, de los cuales el 65% correspondía a establecimientos de hospedaje, 12% a los alimentos y bebidas; el tiempo compartido representa el 11%; el autotransporte el 8%, el aerotransporte el 3%, las arrendadoras y las agencias de viajes el 1%. Por otra parte, la inversión extranjera directa en actividades relacionadas con el turismo en el periodo de enero de 1989 a febrero

¹⁵⁵ SECTUR, Programa Nacional de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000 Op.Cit. p.2.

¹⁵⁶ Visitante Internacional: Toda persona que viaja, por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado e incluye:

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

Visitante de día (excursionista): Visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. Esta definición incluye a los pasajeros en crucero.

¹⁵⁷ Véase SECTUR, Plan de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, Op. Cit. p.8.

de 1995, ascendió a 4,881.7 millones de dólares, equivalente al 16.3% del total de la inversión extranjera de las empresas con capital foráneo¹⁵⁸.

Durante esta administración la participación del turismo interno sirvió como elemento fundamental en el crecimiento económico del país, ya que estimuló la inversión en infraestructura, alentó el intercambio comercial a nivel nacional, distribuyendo el ingreso regional, creando un efecto multiplicador del empleo, apoyando a numerosas micro, pequeñas y medianas empresas y fomentando el desarrollo sustentable y el intercambio cultural en el país.

**Visitantes Nacionales a Centros Turísticos
Seleccionados, 1990-1995
(miles de personas)**

	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Total	17,295	17,272	17,178	16,321	16,918	18,095
Integralmente Planeados	675	834	910	910	916	906
Tradicionales	3,387	3,683	3,947	3,947	4,174	4,075
Grandes Ciudades	4,478	4,326	4,031	3,768	3,919	6,304
Centros Turísticos del Interior	8,755	8,429	8,434	7,696	7,908	6,810

Fuente: SECTUR, Unidad de Política Turística, Informe de Labores de la Secretaría de Turismo 1994-1995, México, 1995. p. 128.

En cuanto al turismo nacional, durante 1995 el 60.3% de la actividad hotelera nacional en centros turísticos seleccionados se sostuvo con el mercado interno.

¹⁵⁸ *Ibíd.*

Por otro lado, es necesario mencionar que las principales características de las corrientes turísticas nacionales son las siguientes: 64.9% de los turistas viajaron solos y 58.3% lo hicieron acompañados. En viajes con pernocta, 58.3% utilizaron el autobús como medio de transporte, 35.1% el automóvil y 5.7% el avión.¹⁵⁹

Como podemos observar, el porcentaje menor es el que corresponde a los turistas que viajan en avión, lo cual podría indicar que la mayor parte de la población que viaja al interior no tiene posibilidad económica que le permita viajar en avión. Aunque no está de más señalar que pueden existir otros factores que determinan el medio de transporte de los turistas como pueden ser: las distancias, si son cortas y va la familia completa, resulta más conveniente viajar en automóvil o en autobús si no se cuenta con vehículo propio.

Con relación al lugar de hospedaje, 63.2% lo realizó en casa de familiares o amigos, 22.5% en hoteles y moteles y el 14.3 % utilizó otra clase de alojamiento como apartamentos, casas, campamentos y tiempos compartidos. Por otro lado, en 1995 el turismo egresivo, es decir los residentes en México que visitaron el extranjero¹⁶⁰ fueron 102.257 millones de personas-viaje, de los cuales el 91.8 correspondió a excursionistas fronterizos¹⁶¹, el resto, 8.2% permanecieron en el exterior una o más noches. El total del gasto por concepto de turismo egresivo para 1995 fue de 1,024 millones de dólares¹⁶².

Estas cifras, confirman el hecho de que la mayoría de los mexicanos no cuenta con recursos económicos que le permitan realizar viajes a otro país, más complicado resulta pensar en realizar un viaje a otro continente.

¹⁵⁹ *Ibíd.*

¹⁶⁰ Turismo egresivo: Son los residentes del país que viajan fuera del mismo. INEGI-SECTUR, *Cuenta Satélite del Turismo de México 1998-2003*, s.p.

¹⁶¹ Excursionistas fronterizos, visitantes que permanecen fuera del país de destino menos de 24 horas. *Ibíd.*

¹⁶² SECTUR Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000 Op.Cit p. 17

Turismo Egresivo 1990-1995

	Número Miles de personas	Gasto Millones de dólares
1990	4321.1	1936.5
1991	4172.9	1878.5
1992	4678.0	2079.4
1993	4777.8	2071.9
1994	5047.3	1949.6
1995	3703	1024.0

Fuente: Unidad de Política Turística, SECTUR, Programa Nacional de Desarrollo del Sector Turismo 1990-1995, México, 1995, p. 87.

Es importante mencionar que México registró una participación significativa y creciente en la captación de turismo internacional. El número de turistas internacionales que visitan nuestro país representó, de 1990 a 1995, poco más del 3% del total mundial, destacando su participación en 1995, cuando alcanzó el 3.6%. En materia de divisas por turismo captó, en el mismo periodo, alrededor del 2% del ingreso total mundial¹⁶³. En 1995, México se ubicó como la octava potencia mundial en cuanto a captación de visitantes y el decimosexto lugar en ingresos por turismo.

Principales destinos en el mundo en función de sus Ingresos por Turismo 1995

<i>Posición</i>	<i>País</i>	<i>Millones de Dólares</i>
Total	Total Mundial	380,693
1	Estados Unidos	58,575
2	Italia	27,433
3	Francia	27,429
4	España	25,018
5	Reino Unido	18,805
6	Austria	14,633

¹⁶³ Véase SECTUR, Informe de Labores 1995-1996, Op. Cit. p. 10.

7	Alemania	12,290
8	Hong Kong	9,604
9	China	8,733
10	Singapur	8,212
11	Tailandia	7,556
12	Suiza	7,250
13	Canadá	7,217
14	Australia	6,875
15	Polonia	6,400
16	México	6,154
17	Países Bajos	5,762
18	República de Corea	5,579
19	Bélgica	5,250
20	Indonesia	5,228

Fuente: SECTUR, Unidad de Política Turística, Programa Nacional de Desarrollo del Sector Turismo 1990-1995.

El principal mercado turístico para México fue una vez más el de los Estados Unidos de América, los turistas europeos representaron el 4.4%, los de Canadá el 2.5%, los de América Latina el 5.7% del total. El resto, 0.5% provino de otras regiones¹⁶⁴.

Con este contexto surgió el Programa Nacional de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, que en cumplimiento al mandato del Plan Nacional de Desarrollo correspondiente al mismo periodo, define los objetivos, las estrategias y los instrumentos que sustentan el quehacer institucional de la Secretaría de Turismo y que orientaron sus actividades durante este periodo.

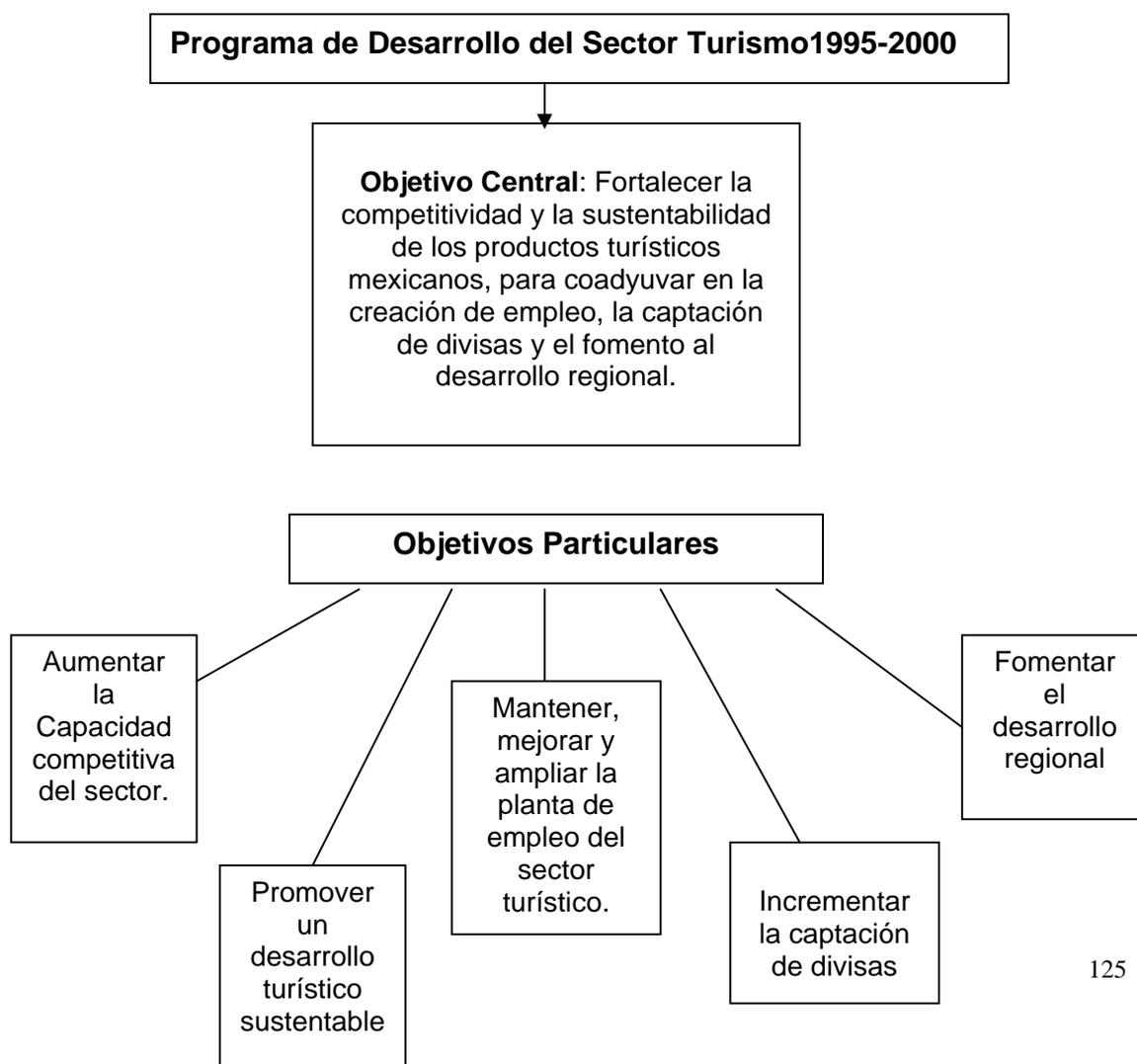
El programa parte de que la actividad turística es la opción más viable de desarrollo para algunas regiones del país, que el empleo turístico es de

¹⁶⁴ *Ibíd.*

generación rápida, cuesta menos, incorpora fuerza de trabajo joven y que en nuestro país el turismo tiene ventajas relativas extraordinarias por su vecindad con grandes mercados y sobre todo por la singularidad de recursos naturales, así como por su riqueza cultural y arquitectónica.

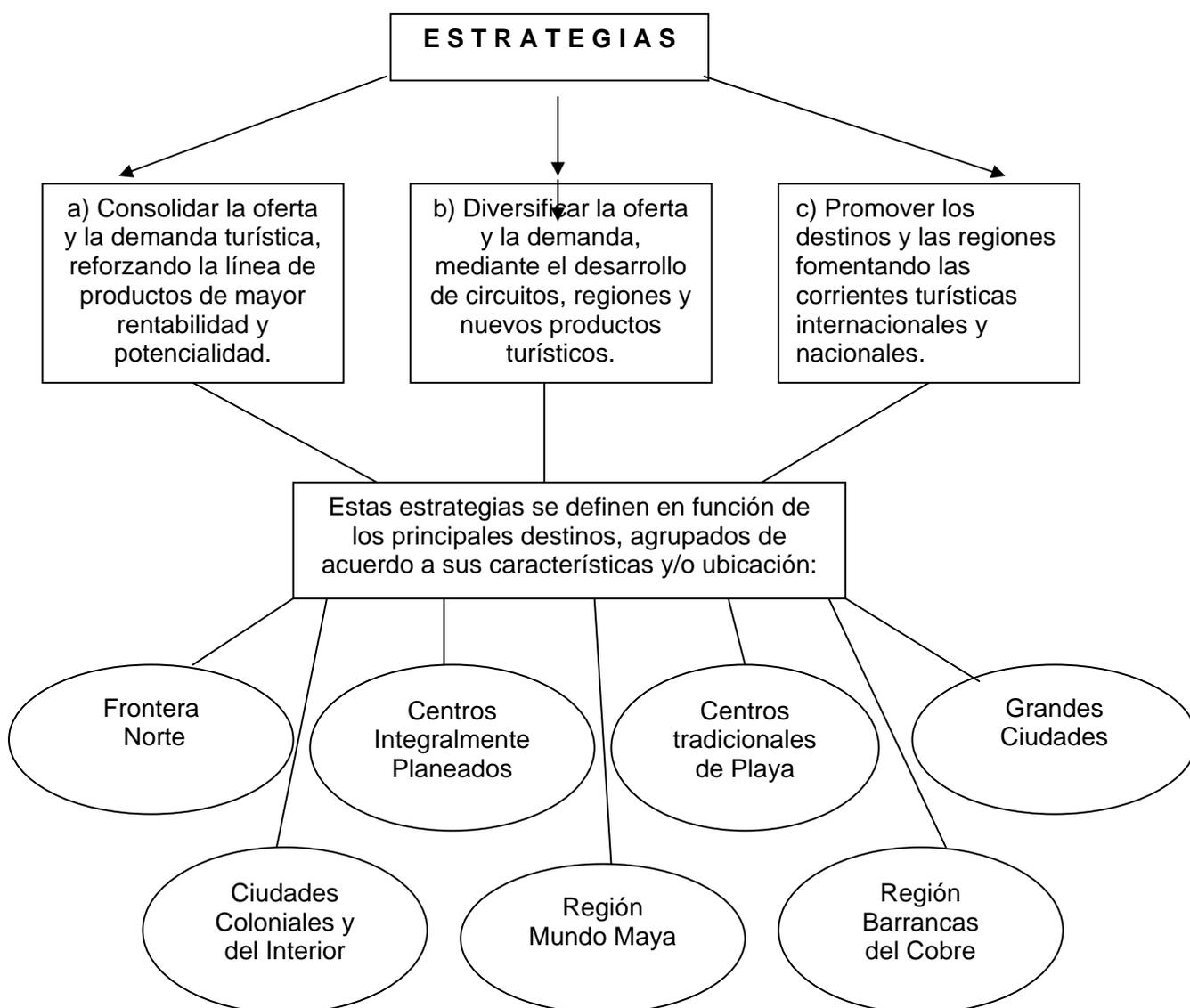
En el programa de Desarrollo del sector Turismo 1995-2000 que se revisa a continuación, se señala como objetivo principal el fortalecimiento de los productos turísticos mexicanos para contribuir a la creación de empleo y captación de divisas a su vez promover el desarrollo regional. Además, por la naturaleza de esta actividad tan importante dentro de nuestra economía se señalan cinco objetivos particulares relacionados con la competitividad, el desarrollo sustentable, la creación de empleo, el crecimiento en la captación de divisas y el fomento al desarrollo regional.

3.3.1 Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000



Fuente: Elaboración propia con datos de SEGOB, Programa Nacional de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000 México, 1995.

Para lograr los objetivos anteriormente señalados se desarrollaron tres estrategias fundamentales, que serían de gran utilidad al igual que las líneas de la política que se señalan a continuación por su importancia al definirse en función de los principales destinos turísticos del país.



Fuente: Elaboración propia con datos de SEGOB, Programa Nacional de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000 México, 1995.

El programa define las siguientes líneas de política para el desarrollo del sector:

- ◆ *Financiamiento e inversión:* se orientaba a apoyar aquellos proyectos que contribuyan a generar empleos, captar divisas y promover el desarrollo regional.
- ◆ *Transporte:* proponía impulsar sistemas de transporte que vincularan a los destinos turísticos con mayor impacto en la creación de empleos, la generación de divisas y el desarrollo regional.
- ◆ *Facilitación:* propiciaba esquemas de simplificación y desregulación para fortalecer el arribo y libre tránsito de los segmentos turísticos de mayor rentabilidad, que contribuyeran al fortalecimiento de los destinos turísticos con mayor capacidad de impulso al empleo, la generación de divisas y el desarrollo regional.
- ◆ *Educación, capacitación y cultura turística:* tenía por objetivo fomentar la adecuación de los sistemas de educación y capacitación a los requerimientos de cada uno de los destinos turísticos y sus regiones, promoviendo una estrecha vinculación entre el sistema educativo y de capacitación y la industria turística, considerando sus requerimientos y potencialidades.
- ◆ *Información, estadística e investigación:* se orientó a crear un sistema integral de estadística, información e investigación para sustentar el diseño de propuestas dirigidas a fortalecer la toma de decisiones.
- ◆ *Seguridad jurídica y desarrollo sustentable:* se proponía propiciar el aprovechamiento productivo de los recursos naturales, de los atractivos históricos y culturales, fomentando la participación de las comunidades y difundiendo tecnologías de bajo impacto. Establecía reglas claras y precisas sobre el uso del suelo y fomentaba la seguridad en la inversión, normando las medidas de protección y conservación en el entorno natural, cultural y social, que permitan estimular la actividad turística.
- ◆ *Infraestructura:* su fin era orientar los mecanismos de fomento a la creación, modernización y readecuación de la infraestructura turística hacia los destinos turísticos prioritarios y sus regiones, de acuerdo a sus potencialidades, requerimientos y segmentos turísticos, promoviendo el aprovechamiento óptimo de los atractivos turísticos existentes en las áreas de afluencia de los destinos.
- ◆ *Promoción:* se orientó a fortalecer la demanda turística del país, dirigiéndola hacia los segmentos y regiones emisoras más rentables. Asimismo, se proponía concertar y coordinar el diseño de la política de promoción, así como establecer mecanismos que permitieran incrementar y racionalizar los recursos para el fomento a esta actividad¹⁶⁵.

¹⁶⁵ SECTUR Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000 Op. Cit. p. 20-23.

Por otro lado, durante este periodo, la Secretaría de Turismo, fomentó y desarrolló los instrumentos de:

- a) Coordinación y facilitación: El Gabinete Turístico y La Comisión Ejecutiva de Turismo.
- b) Promoción: El Consejo Mexicano de Promoción Turística.
- c) Descentralización: Los Consejos Consultivos Turísticos Estatales y la Coordinación de Estados y Municipios.
- d) Financiamiento: El Fondo Nacional de Fomento al Turismo FONATUR.

La política sexenal en el sector turismo fue acertada pues no sólo se ocupó de promover la competitividad de los productos turísticos del país sino que agregó el concepto de sustentabilidad que, como se mencionó anteriormente resulta indispensable para lograr el crecimiento y la permanencia de la actividad en diversas regiones a largo plazo. Señala también la importancia de continuar contribuyendo por medio del turismo a la creación de empleos, la captación de divisas y el desarrollo regional.

Aunado a estos objetivos, que planteó la política sexenal, se siguió una estrategia consistente en la consolidación de la demanda turística existente, la diversificación de los destinos turísticos y la promoción de los mismos. La estrategia estuvo definida en función de los principales destinos agrupados de acuerdo a sus características y/o ubicación: Frontera Norte, Centros Integralmente Planeados CIPs, Centros Tradicionales de Playa, Grandes ciudades, Ciudades Coloniales y del interior, Región Mundo Maya y Región Barrancas del Cobre. Las líneas de la política también se encontraban bien definidas pues tenía el propósito de cubrir los aspectos más significativos y esenciales para el avance de la maquinaria turística de nuestro país.

3.3.2 Evaluación de Resultados del Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000.

De acuerdo con los informes de labores de la secretaría de Turismo, la industria turística aportó de 1995 a 1999 ingresos superiores a los 35 mil millones de dólares y recibió en este periodo cerca de 100 millones de turistas. Lo anterior permitió que en 1999 nuestro país mejorara su posicionamiento a nivel mundial en la captación de ingresos por turismo al pasar del décimo sexto lugar en 1995 al decimotercer lugar en 1999 y mantener en ese periodo el octavo lugar en cuanto a llegada de turistas.

Además, la actividad turística se consolidó como la tercera fuente generadora de divisas para el país, sólo superada por las exportaciones de manufacturas y petróleo. Cabe señalar que en 1998 por primera vez en la historia, los ingresos por turismo fueron superiores a los del petróleo, superados sólo por las exportaciones manufactureras¹⁶⁶.

Los ingresos de los viajeros internacionales a México aumentaron a una tasa media anual de 2.6%, al pasar de 6,364 millones de dólares en 1994 a 7,223 millones en 1999. Este comportamiento respondió básicamente a mayores niveles de gasto promedio de los turistas que visitaron el país, el cual representó un incremento promedio anual de 0.5%, ascendiendo en 1999 a 289.1 dólares por visita, como resultado de la mayor competitividad del producto turístico mexicano¹⁶⁷.

En el mismo lapso, el gasto medio realizado en el exterior por los turistas mexicanos observó una tasa anual media decreciente de -1.5%, en tanto que el gasto total de los visitantes al exterior representó un decremento anual promedio de 3.2%, alcanzando en 1999, 4,541 millones de dólares, debido a la disminución del número de turistas que viajaron al exterior, que pasaron de 12.0 millones en

¹⁶⁶ Véase SECTUR Informe de Labores de la Secretaría de Turismo 1999-2000, México, 2000, p. 114.

¹⁶⁷ Véase *Ibíd.*

1994 a 10.4 millones de personas en 1999, como consecuencia de la depreciación en el tipo de cambio¹⁶⁸.

Como resultado de la mayor captación de ingresos y la disminución de los egresos, el saldo neto de la cuenta de viajeros internacionales registró entre 1994-999 un crecimiento medio anual del 21.1%, alcanzando en 1999 un superávit de 2,681 millones de dólares. Por otro lado, cabe destacar que durante los primeros cinco años de la administración de Ernesto Zedillo, el saldo promedio de la balanza turística registró un superávit superior a los tres mil millones de dólares. Considerando el comportamiento observado durante los sexenios de Miguel de la Madrid y Carlos Salinas, EE.UU. es el principal mercado para México y representó en 1999 el 84.5% del número de turistas y el 78.9% de los ingresos generados en el sector. Los principales emisores de turistas son los estados de Texas, California e Illinois¹⁶⁹.

Por su parte, los residentes mexicanos que visitaron el extranjero en 1999, sumaban 17 millones 383 mil personas-viaje, de los cuales 107 millones 31 mil (91.2%) correspondieron a cruces fronterizos y el resto (8.8%), permaneció en el exterior una o más noches. En lo que se refiere al gasto que los mexicanos realizaron en el exterior, fue de 4 mil 541 millones de dólares¹⁷⁰.

Con relación al turismo que los nacionales realizan dentro del país (turismo nacional o doméstico), el cual reviste gran importancia para el sostenimiento, mejoría y ampliación de la planta turística, según datos de la Cuenta Satélite del Turismo en México (CST)¹⁷¹, el consumo turístico doméstico representó alrededor

¹⁶⁸ Véase SEGOB, Sexto Informe de Gobierno Ernesto Zedillo Ponce de León 1999-2000, México, 2000, p. 45.

¹⁶⁹ Véase SECTUR, Informe de Labores de la Secretaría de Turismo 1999-2000 Op. Cit. p. 10.

¹⁷⁰ *Ibid.* p.11

¹⁷¹ La Cuenta Satélite del Turismo en México es una herramienta creada dentro del sistema de Contabilidad Nacional para medir el volumen de los sectores económicos que no se diferencian por propio derecho dentro de las cuentas nacionales. La CST funciona paralelamente con cuentas nacionales y se nutre de cada sector que incluya un componente turístico. Ofrece cifras que cuantifican su contribución real al PIB y permiten compararlo con precisión con otros sectores económicos. SECTUR, Programa Nacional de Turismo 2001-2006, México, 2001, p. 38.

del 70.5% del total. Además, para 1999 el 76.4% de los visitantes hospedados en hoteles fueron nacionales.¹⁷²

En lo que respecta a la oferta turística, con las inversiones generadas en el sector privado nacional y extranjero, en 1999 se continuó incrementando y modernizando la infraestructura hotelera, lo que permitió mejorar los destinos turísticos del país. Gracias a esta inversión, también se incrementaron otro tipo de servicios, ejemplo de ello es que a finales de ese año se contaba con 16 mil 457 establecimientos de alimentos a nivel turístico, 2 mil 258 bares, 182 centros nocturnos, 727 discotecas, 173 salones de baile, 3 mil 820 agencias de viaje, 2 mil 252 guías de turistas, 628 arrendadoras de autos, 248 centros de convenciones y 39 marinas en operación¹⁷³.

En lo que respecta a la ocupación hotelera y los destinos de nuestro país más visitados por turistas nacionales y extranjeros en 1999, la siguiente gráfica muestra los lugares con mayor afluencia turística.

¹⁷² Véase *Ibíd.*

¹⁷³ *Ibíd.*



Fuente: SECTUR, Informe de Labores de la Secretaría de Turismo 1999-2000, México, 2000, p. 118.

Durante el sexenio zedillista, se apoyó la promoción a la inversión turística mediante la vinculación de la promoción y la oferta de proyectos de inversión. Se celebraron eventos donde se presentaron ofertas de proyectos y servicios de apoyo a la inversión y una inversión total de 2,834,2 millones de dólares. Además, para fomentar la inversión en la pequeña y la mediana empresa turística, en el marco de las ediciones XXIV (1999) y XXV (2000) del Tianguis Turístico de Acapulco se llevó a cabo el pabellón de inversiones, donde se logró una inversión de 1,686.4 millones de dólares¹⁷⁴.

La inversión en la pequeña y mediana empresa era una prioridad en este periodo sexenal y gracias al Tianguis Turístico de México se beneficiaron muchos

¹⁷⁴ Véase *Ibíd.*

proyectos del sector con importantes inyecciones de capital. Al respecto, podemos mencionar que como resultado de la promoción de la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, durante el periodo 1995-1999, ésta alcanzó un monto de 5,072.4 millones de dólares, lo que permitió la construcción de 25,374 cuartos nuevos en hoteles de una a cinco estrellas¹⁷⁵.

De acuerdo con el Informe de labores de la Secretaría de Turismo 1999, en lo que respecta al desarrollo de productos, esa administración trató de fortalecer la competitividad de los destinos exitosos, como los centros turísticos integralmente planeados, tradicionales de playa, fronterizos y Ciudades Coloniales y se impulsó el desarrollo de nuevos productos que aprovecharan la riqueza natural, histórica y cultural de las regiones, tal es el caso de Mundo Maya y Barrancas del Cobre.

En coordinación con las dependencias que forman parte del Gabinete Turístico, los gobiernos estatales y municipales y el sector privado, realizaron acciones para fortalecer la infraestructura de acceso; desarrollar productos dirigidos a nuevos segmentos de mercado como el ecoturismo, turismo de aventura, deportivo y náutico; fomentar la integración de los centros turísticos con sus regiones, para contribuir a elevar el nivel de vida de las comunidades e impulsar el desarrollo sustentable.

Como podemos observar las labores para consolidar y diversificar los destinos turísticos del país, no se encontraban en manos de una sola dependencia y esto, enriqueció mucho el manejo y administración del turismo ya que se realizó en coordinación con diversos actores que colaboran para un manejo más adecuado del sector en cada región y cada destino.

Por otra parte, en el marco de los programas prioritarios de FONATUR, se concluyó la fase de planeación del proyecto Escalera Náutica de la Región del Mar de Cortés, el cual se orientó a detonar el desarrollo náutico turístico de los Estados

¹⁷⁵ SEGOB, Sexto Informe de Gobierno Ernesto Zedillo Ponce de León , Op. Cit. p. 45.

de Baja California, Baja California Sur, Sonora y Sinaloa, aprovechando el gran mercado potencial del sureste de EE.UU., lo que permitió incrementar la afluencia de visitantes, la captación de divisas y la generación de empleos, incorporando a las poblaciones locales y mejorando sus condiciones de vida, para contribuir al desarrollo regional.

Para impulsar el mundo Maya se desarrollaron proyectos vinculados al ecoturismo, arqueología y naturaleza en Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán; se fomentó el turismo de exploración, caminata y campamento en los mismos estados; y el FONATUR promovió el desarrollo de los Centros Integralmente Planeados (CIP) de Palenque-Cascadas de Agua Azul en Chiapas y Costa Maya en Quintana Roo.

Un aspecto muy significativo es que en el marco del Programa Excelencia en el Mundo Maya, se capacitó en temas de interés para la actividad turística a participantes de los cinco estados que integran la región. En el Mecanismo de Tuxtla, coordinado por la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), se instrumentó el proyecto Fomento a la Calidad y la Excelencia de los Servicios Turísticos, que ha permitido la transferencia de la experiencia turística mexicana a varias naciones centroamericanas.

Este aspecto es muy relevante ya que nuestro país debe ser líder en Latinoamérica, continuar con este tipo de proyectos y cooperar con las naciones latinoamericanas apoyando la creación y desarrollo de sus propios programas de desarrollo turístico y propiciando la transferencia tecnológica indispensable para el buen funcionamiento del sector.

Dentro de las actividades realizadas durante la administración de Ernesto Zedillo con mayor importancia se encuentran las siguientes:

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) en coordinación con la SECTUR, realizó un programa de construcción y modernización de caminos para mejorar el acceso a las zonas arqueológicas y áreas naturales en las entidades federativas que conforman el Mundo Maya. Además, se rehabilitó y construyó infraestructura aeroportuaria y marítima en la zona.

A través del FONATUR también se llevaron a cabo acciones para proyectar la Región de Barrancas del Cobre, se llevó a cabo el mejoramiento y desarrollo de la infraestructura urbana, el mejoramiento y construcción de carreteras y caminos, empresas de servicios turísticos, señalización turística etc.

En los centros de playa se llevó a cabo la limpieza de playas, se realizaron trabajos de mejoramiento de la imagen urbana y se concretaron acciones de señalización turística. En materia de proyectos ecoturísticos se desarrollaron diversos planes maestros para el aprovechamiento turístico de la Isla Contoy; así como la observación de la Ballena Gris y de la Mariposa Monarca¹⁷⁶. Al respecto debo señalar la importancia del cuidado que debe darse a la explotación del ecoturismo, ya que en lugares como el santuario de la mariposa monarca, el exceso de turistas, la basura que introducen etc, generan alteraciones en el ecosistema y las consecuencias de dicha alteración pueden ser lamentables.

En la frontera norte del país, de manera coordinada con los gobiernos federal, estatal y municipal, se realizaron acciones para consolidar los destinos turísticos, diversificar las actividades y fomentar la creación de circuitos y corredores turísticos en el norte del país. En materia de cooperación internacional, debemos señalar que se fortaleció el papel del sector mediante la diversificación de las relaciones tanto bilaterales como multilaterales con los organismos y programas internacionales relacionados con el turismo, a su vez, con las administraciones nacionales de turismo de los países con los que México mantiene relaciones.

¹⁷⁶ *Ibíd.*

En lo que respecta a los asuntos bilaterales que también nos ocupan por su naturaleza internacional, la Secretaría de Turismo SECTUR, trabajó en este periodo conjuntamente con las administraciones nacionales de turismo de Colombia, Cuba, Argentina y Uruguay, con el objeto de dar cumplimiento a programas de acciones suscritos con México, mismos que contemplan alrededor de 27 acciones en las áreas de desarrollo de producto, capacitación y promoción entre otras.

El tema de la Cooperación Internacional, se abordó en estas reuniones binacionales, específicamente en las áreas de: Jamaica- capacitación; Nicaragua- Inversión; EE.UU.- Estadísticas, promoción e inversión. Además, en el grupo de trabajo de cooperación técnica con Brasil, se trabajó con relación a temas de ecoturismo y desarrollo turístico sustentable. Por otra parte, se brindó apoyo técnico en los siguientes aspectos a través de la SECTUR, Bolivia- manejo higiénico de alimentos. Honduras- elaboración del Plan Nacional de Desarrollo Turístico.

Como podemos observar en este periodo las relaciones no se concentraron tanto en la frontera norte, como ocurrió con la administración salinista, se ofreció ayuda principalmente a los países latinoamericanos lo cual resulta muy importante ya que, es necesario trabajar hombro a hombro con los países de América Latina ya que México debe ser líder de la región y tomar las riendas para hacer que esta actividad crezca en todo el continente, a través de apoyo tecnológico, capacitación, promoción, inversión y apoyo en la creación de los planes de desarrollo turístico de los países latinoamericanos.

En materia de Promoción turística, en el marco de la competencia turística a nivel mundial, las actividades de promoción turística se orientaron a difundir en los principales mercados, la imagen de México como destino múltiple y diverso que ofrece una amplia gama de atractivos y servicios para vacacionar, así como a impulsar esquemas mixtos de promoción (participación pública y privada) para

contar con recursos constantes y crecientes para promover la oferta turística en los segmentos del mercado nacional e internacional más rentables, estables y de pronta respuesta.

Con el propósito de contar con recursos constantes y crecientes para el financiamiento de la promoción turística de México, se creó el Consejo de Promoción Turística de México, el cual inició operaciones el 25 de Octubre de 1999, como empresa de participación estatal mayoritaria que coordina esfuerzos y recursos de los tres órdenes de gobierno y del sector privado para el diseño de estrategias, financiamiento, ejecución y evaluación de programas de promoción turística en coadyuvancia con la Secretaría de Turismo¹⁷⁷.

Para promover los productos turísticos en el ámbito internacional, se continuó con las campañas de publicidad y de relaciones públicas en Norteamérica, Latinoamérica y Europa, sin embargo no se registraron resultados visibles en esta materia. Por otra parte es significativo el fuerte impulso que se le dio al sector turismo durante esta administración en lo concerniente a la investigación, información y la difusión turística por medios electrónicos, aprovechando los avances tecnológicos, la consolidación del Sistema de Información Turística Estatal (SITE) y la creación de la página de Internet de la Secretaría de Turismo. Durante 1999, en 12 de las 14 representaciones de turismo en el extranjero, se instalaron consejos asesores de promoción e inversión turística, para apoyar la labor de promoción turística de México. La SECTUR, por su parte coordinó la participación de los empresarios en las ferias turísticas más importantes que se celebran anualmente en Alemania, Argentina, Brasil, España, EE.UU., Francia, Inglaterra, Italia, Japón, Portugal y Rusia, así como otros eventos en que se promueven tanto segmentos tradicionales como especializados en ecoturismo y congresos. Un aspecto importante de señalar es la importancia de Tianguis Turístico de México al ser considerado como uno de los diez eventos más

¹⁷⁷ CPTM, ¿quiénes somos?[en línea]: <http://www.cptm.com.mx/wb/CPTM/CPTM_quienes_somos>, login:bn, (consulta: 23 de octubre de 2007).

importantes en el mundo, Además, en su XXV edición efectuada en abril de 1999 se realizaron ventas por 1,732 millones de dólares¹⁷⁸.

En lo que respecta al turismo social, con el propósito de ampliar las oportunidades para la práctica a todos los segmentos de la población, en 1997 se creó el Consejo Nacional del Turismo Social y se promovió la firma de convenios de coordinación y acuerdos con empresas y organismos de los sectores público, privado y social. Por otra parte, en lo que respecta a la Información turística, con los módulos de información turística de (INFOTUR), durante la administración de Ernesto Zedillo, se otorgó atención vía telefónica, servicio personalizado y por correspondencia a 1.6 millones de turistas nacionales y extranjeros¹⁷⁹.

Finalmente, durante el periodo 1995-2000 los Ángeles Verdes recorrieron 120 millones de kilómetros en la red carretera nacional, brindaron servicio de reparación a 1.6 millones de vehículos y otorgaron orientación turística en carreteras a 2,973, 608 turistas. En el mismo lapso a través del programa paisano se atendieron 16.6 millones de connacionales y turistas que ingresaron al país.¹⁸⁰

3.3.3 Evaluación General al periodo 1994-2000

El surgimiento del Programa Nacional de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, partiría con la convicción de que la actividad turística es la opción más viable de desarrollo para algunas regiones del país, que el empleo turístico es de generación rápida, cuesta menos, incorpora fuerza de trabajo joven y que en nuestro país el turismo tiene ventajas extraordinarias por su vecindad con grandes mercados y sobre todo por la singularidad de recursos naturales, así como por su riqueza cultural y arquitectónica.

¹⁷⁸ SECTUR, Tianguis Turístico [en línea]: México, 15 de junio de 2000.

<http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_810_tianguis_turistico> login:bn, (consulta: octubre de 2007.)

¹⁷⁹ SEGOB, Segundo Informe [en línea]: <<http://www.segundo.informe.fox.presidencia.gob.mx>> (consulta: octubre de 2007).

¹⁸⁰ SEGOB, Sexto Informe de Gobierno Ernesto Zedillo Ponce de León 1999-2000, Op. Cit. p. 50.

En el Programa de Desarrollo del sector Turismo 1995-2000 se señaló como objetivo principal el fortalecimiento de los productos turísticos mexicanos para contribuir a la creación de empleo y captación de divisas a su vez promover el desarrollo regional. Por la naturaleza de esta actividad tan importante dentro de nuestra economía se señalaron cinco objetivos particulares relacionados con la competitividad, el desarrollo sustentable, la creación de empleo, el crecimiento en la captación de divisas y el fomento al desarrollo regional.

Tomando en cuenta la política sexenal en el sector turismo, podemos señalar que fue acertada ya que no sólo se ocupó de promover la competitividad de los productos turísticos del país a través de estrategias que propiciaron la consolidación de la oferta y la demanda turística, la promoción de los destinos y las regiones más rentables de nuestro país, sino que agregó el concepto de sustentabilidad que resulta indispensable para lograr el crecimiento y la permanencia de la actividad en diversas regiones a largo plazo.

Como uno de los principales resultados de la aplicación del Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, se encuentra la importancia que alcanzaron los viajeros domésticos ya que la mayor parte del consumo turístico fue realizado por éstos. El consumo del turismo doméstico en este periodo representó el 83.9% del consumo total en el mercado interno, superando en más de seis veces el consumo efectuado por el turismo extranjero, que alcanzó el 12.6%. Lo anterior muestra claramente la importancia que reviste el gasto realizado por los mexicanos durante sus viajes dentro del territorio nacional. Por ello se considera que en este sexenio la participación del turismo interno sirvió como elemento fundamental en el crecimiento económico del país, ya que estimuló la inversión en infraestructura, alentó el intercambio comercial a nivel nacional, distribuyó el ingreso regional y apoyó a numerosas micro, pequeñas y medianas empresas.

En lo que respecta al turismo social, con el propósito de ampliar las oportunidades para la práctica a todos los segmentos de la población, en 1997 se creó el Consejo Nacional del Turismo Social y se promovió la firma de convenios de coordinación y acuerdos con empresas y organismos de los sectores público, privado y social.

Otros de los resultados más significativos de la aplicación del Programa Nacional de Turismo fueron la creación de empleo, en 1995 el turismo contribuyó con el 9% del total de la planta de empleo, lo que representa alrededor de 600 mil empleos directos y 1 millón 500 mil indirectos; la generación de divisas ya que el turismo ocupó en este periodo el tercer lugar, solo después del petróleo y las manufacturas. Por otra parte, México se ubicó como la octava potencia mundial en cuanto a captación de visitantes y el decimosexto lugar en ingresos por turismo.

En cuanto a la inversión extranjera directa en actividades relacionadas con el turismo en este periodo ascendió a 4,881.7 millones de dólares, equivalente al 16.3% del total de la inversión extranjera de las empresas con capital foráneo¹⁸¹. Con las inversiones que se llevaron a cabo en el sector privado nacional y extranjero, se continuó incrementando y modernizando la infraestructura hotelera, lo que permitió el crecimiento de los destinos turísticos del país. Como es posible notar, la flexibilización de las leyes y reglamentos en turismo para permitir mayor porcentaje de inversión extranjera en el sector, llevada a cabo durante el gobierno de Carlos Salinas, cosechó frutos también en este periodo.

La administración zedillista trató de fortalecer la competitividad de los destinos exitosos, como los centros turísticos integralmente planeados, tradicionales de playa, fronterizos y ciudades coloniales y se impulsó el desarrollo de nuevos productos que aprovecharan la riqueza natural, histórica y cultural de las regiones, tal es el caso de Mundo Maya y Barrancas del Cobre. Por otra parte, es significativo el fuerte impulso que se le dio al sector turismo durante el sexenio de

¹⁸¹ SECTUR, Plan Nacional de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000 Op. Cit. p. 8.

Ernesto Zedillo en lo concerniente a la investigación, información y la difusión turística por medios electrónicos, aprovechando los avances tecnológicos, la consolidación del Sistema de Información Turística Estatal (SITE) y la creación de la página de Internet de la Secretaría de Turismo.

En coordinación con las dependencias que forman parte del gabinete turístico, los gobiernos estatales y municipales y el sector privado, realizaron acciones para fortalecer la infraestructura de acceso; desarrollar productos dirigidos a nuevos segmentos de mercado como el ecoturismo, turismo de aventura, deportivo y náutico; fomentar la integración de los centros turísticos con sus regiones para contribuir a elevar el nivel de vida de las comunidades e impulsar el desarrollo sustentable.

En lo que respecta a la diversificación de los mercados no hubo grandes avances, Estados Unidos continuó siendo el principal mercado para México. No obstante, en materia de cooperación internacional se fortaleció el papel del sector, nuestro país brindó su ayuda a los países latinoamericanos mediante apoyo tecnológico, capacitación, promoción, y fomento a la inversión.

3.4 Impacto del sector turístico en México durante el gobierno de Vicente Fox Quesada 2000-2006

El turismo en el inicio del siglo XXI es probablemente la actividad económica más importante del mundo. Su expansión y crecimiento están fuera de toda discusión. Muchos países, entre ellos México, han reconocido en las últimas décadas los beneficios que puede aportar a la economía y al desarrollo. La industria turística se ha caracterizado por ser uno de los sectores más dinámicos de la economía internacional y, dentro de las economías nacionales, su alto potencial de crecimiento la ha mantenido dentro de los principales rubros de exportación. Además, ha demostrado ser uno de los mercados que genera más riqueza y empleo en el mundo.

En este sentido, el turismo es una puerta al progreso económico también para México una de las bases económicas del país, gracias a que su industria genera empleos, fomenta el desarrollo regional, acelera los proyectos de infraestructura y difunde los atractivos culturales y naturales de la nación. En México, el sector turismo aporta más del 8% del PIB y contribuye con más del 9% de los empleos directos e indirectos. Durante el año 2000 se captaron alrededor de 20 millones 600 mil visitantes internacionales quienes dejaron una derrama al país de 8 mil 300 millones de dólares, ubicando al turismo como la tercer actividad generadora de divisas, después del petróleo y las manufacturas¹⁸².

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, en el año 2000 del total mundial de llegadas la mayoría se dieron en Europa o hacia esa región, con el 58% del turismo internacional, América fue la segunda región por número de llegadas con 129 millones, las que representan el 18% del total mundial. Por su parte Asia Oriental y el Pacífico participaron con el 16%; África con el 4%; Oriente Medio con el 3% y Asia Meridional con 1%¹⁸³.

En lo que respecta a la a la distribución de países el primer lugar lo ocupó Francia con el 11%, EE.UU. con el 7.4% y España con 7%. México quedó en octavo lugar, con 3% del total de turistas en el mundo. Por lo que hace al ingreso mundial por visitantes internacionales que el turismo genera, Europa también obtuvo en el 2000 la mayor cuota del mercado mundial con el 51%, seguida por América con el 27%; a continuación se ubicaron Asia Oriental y el Pacífico con el 17%; África y Oriente Medio con el 2% cada una y finalmente Asia Meridional con el 1 por ciento.¹⁸⁴

Todas estas cifras ilustran la competitividad del Continente Americano dentro del turismo mundial y en particular, del turismo mexicano que en el año 2000 se colocó en octavo lugar de captación de turistas internacionales, lo cual resulta

¹⁸² SECTUR, Visite México [en línea]: <http://www.visitmexico.com/wb2/visitmexico/visi_destinos_turis> login:bn (consulta: 23 octubre de 2007).

¹⁸³ SECTUR, el turismo en el mundo [en línea]: <http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_768_capitulo_2.

¹⁸⁴ *Ibíd.*

sumamente representativo si tomamos en cuenta que en el mundo existen 198 países y que en América, México es el segundo país más visitado sólo después de EE.UU.

El año 2000 todas las regiones del mundo recibieron más turistas, sin embargo fue la región de Asia Oriental y el pacífico las que registraron el mayor índice de crecimiento con 12.3% respecto al año anterior. Aunque el turismo internacional tiene una gran visibilidad, lo cierto es que representa sólo la punta del iceberg ya que, de acuerdo con estimaciones de la OMT, en el año 2000 el volumen total superaba los 3,000 millones de viajeros con ingresos que ascienden a 1.7 billones de dólares. A continuación se presentan los quince países más importantes con relación a llegadas en el año 2000 y también se muestran las variaciones con respecto al año 1999 y la participación de mercado que le corresponde a cada país.

Quince primeros Países por llegadas de Turistas Internacionales

Rango	País	Llegadas de turistas internacionales (millones)		% Variación 2000/1999	Cuota de mercado 2000
		1999	2000		
1	Francia	73.0	75.5	3.4	10.8
2	Estados Unidos	48.5	50.9	4.9	7.3
3	España	46.8	48.2	3.0	6.9
4	Italia	36.5	41.2	12.8	5.9
5	China	27.0	31.2	15.5	4.5
6	Reino Unido	25.4	25.3	-0.3	3.6

7	Federación de Rusia	18.5	21.2	14.5	3.0
8	México	19.0	20.6	8.4	3.0
9	Canadá	19.4	19.6	1.03	2.8
10	Alemania	17.1	19.0	10.9	2.7
11	Austria	17.5	18.0	2.9	2.6
12	Polonia	18.0	17.4	-3.1	2.5
13	Hungría	14.4	15.6	8.1	2.2
14	Hong Kong (China)	11.3	13.1	15.3	1.9
15	Grecia	12.2	12.5	2.8	1.8

Fuente: SECTUR Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México. Edit. Fondo de Cultura Económica. Primera Edición, México, 2006, p. 15.

Respecto a captación de ingresos por turismo en el año 2000, los quince países más importantes también se muestran con su posición y la porción de mercado que les corresponde, con las variaciones al año anterior.

Quince primeros Países Ingresos por Turismo Internacional

Rango	País	Ingresos por turismo internacional (miles de millones \$US)		% Variación 2000/1999	Cuota de mercado 2000 (%)
		1999	2000		
1	Estados Unidos	74.9	85.2	13.7	17.8
2	España	32.4	31.0	-4.3	6.5
3	Francia	31.5	29.9	-5.1	6.3
4	Italia	28.4	27.4	-3.2	5.7
5	Reino Unido	20.2	19.5	-3.5	4.1
6	Alemania	16.7	17.8	6.5	3.7
7	China	14.1	16.2	15.1	3.4

8	Austria	12.5	11.4	8.7	2.4
9	Canadá	10.2	9.5	-6.9	2.0
10	Grecia	8.8	9.3	5.8	1.9
11	Australia	8.0	8.4	5.3	1.8
12	México	7.2	8.3	14.8	1.7
13	Hong Kong(China)	7.2	7.9	9.4	1.7
14	Federación de Rusia	7.5	7.7 ^{e/}	2.7	1.6
15	Turquía	5.2	7.6	46.8	1.6

Fuente: SECTUR Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México. Edit. Fondo de Cultura Económica. Primera Edición, México, 2006, p. 15.

Por lo que hace a los motivos de viaje, los turistas internacionales que se desplazan por razones de recreación y vacaciones representan el renglón más importante con el 62%; en tanto que los viajes de negocios son el 18% y por otros motivos diversos se mueve el restante 20 por ciento¹⁸⁵.

Los ingresos por visitantes internacionales en el año 2000 alcanzaron la cifra de 8,295 millones de dólares, 14.8% más que en 1999 y equivalentes a la mitad del déficit de la cuenta corriente de la balanza de pagos (17,690 millones de dólares), colocándose como la tercera actividad económica del país en captación de divisas, sólo después del petróleo y las manufacturas¹⁸⁶.

En México, de acuerdo con lo que señala la Cuenta Satélite de Turismo, la actividad ha significado en los últimos años una importante oportunidad de crecimiento económico y ha contribuido a elevar la calidad y el nivel de vida de sus habitantes dado que genera, según estimaciones del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática INEGI, alrededor de 1.9 millones de empleos. De acuerdo con la misma fuente, la participación de los ingresos generados por el

¹⁸⁵ Véase SECTUR, *el Turismo en el Mundo*, Op. Cit.

¹⁸⁶ Véase *Ibíd.*

sector turismo con relación al PIB total nacional representó para el año 2000 el 8.9%. En la integración de la cuenta satélite se considera una amplia gama bienes y servicios entre los elementos componentes del consumo en actividades turísticas, destacando los transportes, los restaurantes y bares, el comercio y el alojamiento como los principales.¹⁸⁷

En lo que respecta al mercado turístico mexicano, el volumen de llegadas de turistas internacionales al país en el año 2000 fue de 20.641 millones, lo que equivale a un 8.4% superior a lo alcanzado el año anterior, de las cuales 10.591 millones correspondieron a turismo receptivo al interior y 10.050 millones al turismo fronterizo. De los 10.591 millones de turistas receptivos, el 87.2% procedió de EE.UU., destacando especialmente aquellos provenientes de Texas y California, los que en conjunto representaron en el 2000 el 42.8% del mercado estadounidense. Las llegadas provenientes de Canadá significaron el 4.5%, las de Europa el 3.8% y las de América Latina el 1.8%, en tanto que las de otros lugares fueron el 2.7%¹⁸⁸.

En virtud de las limitaciones existentes en el registro y control de los viajeros internacionales se desconocen algunas precisiones sobre los mercados emisores europeos y latinoamericanos, aunque se sabe que los cinco principales países emisores europeos para México son: Alemania, España, Francia, Reino Unido e Italia y de Latinoamérica: Brasil y Argentina. Por otra parte, el 63.1% de los viajes realizados por los turistas a nuestro país tuvo como principal motivo de viaje el placer, el 26.6% las visitas a familiares y el 5.2% los negocios¹⁸⁹.

El porcentaje que corresponde a las visitas familiares se explica principalmente por la emigración a EE.UU., muchos de los paisanos que radican en este país que deciden viajar lo hacen a México, motivados por el deseo de descansar y divertirse al tiempo que se reencuentran con familiares o amigos dentro del territorio

¹⁸⁷ SECTUR, Programa Nacional de Turismo 2001-2006, México, 2006, p. 38.

¹⁸⁸ SECTUR, Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México, Op. Cit.

¹⁸⁹ *Ibíd.*

nacional. Al respecto, es importante señalar que según estimaciones del Consejo Nacional de Población (CONAPO), más del 50% de los mexicanos que viven en EUA son originarios de cinco estados: Jalisco 18.4%; Michoacán 11.8%; Zacatecas 8.5%; Guanajuato 7.9% y Distrito Federal 5.9%. y el 84% de estos mexicanos vive en cinco estados de la Unión Americana: California a 46.4%; Texas 21.5%; Arizona 6.7%; Illinois 6.5% y Nueva York 2.9%¹⁹⁰.

En lo que respecta al turismo receptivo se dice que cuando se recuperan las condiciones económicas de un país se incrementa el número y el gasto del turismo que viaja al exterior en México se han observado algunos crecimientos. En el año 2000 salieron del país 11.081 millones de turistas internacionales que gastaron 2,445 millones de dólares¹⁹¹.

El turismo egresivo, es decir los residentes en el país que pernoctaron en el extranjero, sin incluir los turistas fronterizos, con 6.201 millones representó, en el 2000, el 56% del volumen de salidas y el 88.5% del gasto realizado¹⁹². En cuanto al turismo nacional, de acuerdo con el Sistema de Información Turística Estatal (SITE), durante el año 2000 se registraron 46.9 millones de llegadas de turistas nacionales a establecimientos hoteleros de calidad turística, los que tuvieron una estadía promedio de 1.99 días.¹⁹³ Actualmente, el turismo nacional es sumamente importante, representa el 81.3% del total del turismo que se realiza en México, razón por la que se considera el sostén principal de la industria turística mexicana.

Hasta el año 2000, nuestro país se había orientado principalmente a promover los destinos de sol y playa, sin desarrollar nuevos segmentos de mercado que respondieran al cambio de las tendencias y necesidades de los turistas internacionales. Por ello al iniciar el gobierno de Vicente Fox Quesada en el año 2000 la política del país se orientó a tener un mayor aprovechamiento de la diversidad y calidad de sus recursos patrimoniales, tanto de carácter natural como

¹⁹⁰ Carlos Velásquez, Los paisanos en EU y su potencial Turístico, Reforma, Controversias, 01 mayo 07, p. 6.

¹⁹¹ SECTUR Programa Nacional de Turismo 2001-2006 Op. Cit. p. 40.

¹⁹² Véase SEGOB, Quinto Informe de Labores Ernesto Zedillo Ponce de León, Op. Cit. p. 128.

¹⁹³ *Ibíd.*

cultural, sin que ello implicara abandonar sus mercados tradicionales. De este modo, se ha motivado el desplazamiento de las corrientes turísticas hacia los espacios del patrimonio cultural y las áreas de valor ecológico aunque no está de más señalar que México enfrenta hoy un escenario de competencia multiplicada, donde todos los países y destinos rivalizan con la oferta del resto del planeta.

Con este panorama inició el periodo gubernamental de Vicente Fox Quesada, periodo en el que se creó el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 el primer programa que planteó la consolidación del turismo en el corto y largo plazos, al tiempo que se consideró la necesidad de aprovechar la amplia gama de recursos con los que México cuenta, mediante estrategias de innovación y valor agregado, para hacerlos más plenos en función de las actividades que se pueden realizar.

3.4.1 Programa Nacional de Turismo 2001-2006

Considerando que el turismo debe convertirse en un factor decisivo para la ampliación de oportunidades, el mejoramiento de la distribución del ingreso y la utilización sustentable de nuestros recursos naturales y culturales, durante la administración de Vicente Fox, se impulsó una política turística que se propuso revertir las inercias que han limitado el potencial de esta industria como agente de cambio, transformación y como fuente generadora de riqueza y desarrollo social para nuestro país.

El Programa Nacional de Turismo 2001-2006 pretendió reorientar esfuerzos y quitar trabas y obstáculos, de tal forma que se hiciera del turismo una prioridad nacional. El programa, marcó como requisito indispensable para lograr incluir a la población en los beneficios de esta generosa industria, mirar hacia el futuro de esta actividad en los años por venir; donde se habrán de diversificar nuestros mercados, así como los productos y destinos que ofrecemos. Menciona también que debemos hacer un esfuerzo por incrementar la competitividad de nuestra

industria en una época en que muchos otros países están compitiendo por conquistar mercados turísticos.

El principal propósito de este programa fue convertir a México en un país líder en la actividad turística y hacer de ésta una palanca de desarrollo social. Pero todo esto debía conseguirse con absoluto respeto por nuestros diversos entornos naturales, culturales y sociales. El objetivo central el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 fue lograr que el crecimiento de la actividad turística se tradujera en desarrollo social y bienestar para los mexicanos.

Un aspecto importante es que para la elaboración de este documento, y con la finalidad de contar con un programa sólido, que respondiera a las necesidades del sector turístico de México, como parte del proceso de planeación estratégica, la Secretaría de Turismo llevó a cabo una investigación y análisis de su comportamiento histórico reciente. Esta investigación permitió identificar los principales programas y estrategias gubernamentales que propiciaron la evolución de la actividad turística hasta nuestros días, así como evaluar cuales fueron sus limitaciones. Entre los documentos revisados se encuentran el Programa Nacional de Turismo 1984-1988; el Programa Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994 y el Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000¹⁹⁴. Dichos documentos reflejan momentos y acciones fundamentales que buscaron fortalecer al turismo como una industria dinámica y en crecimiento.

Como lo señalamos en su respectivo apartado, los objetivos del Programa de 1984-1988 marcaron el inicio de un esquema de descentralización, al definir la creación de seis oficinas de administración turística regional para delegar las funciones operativas y administrativas. Otra prioridad fue la construcción y remodelación de más cuartos hoteleros y la desregulación para adecuar la normatividad para los prestadores de servicios turísticos.

¹⁹⁴ Véase SECTUR, Programa Nacional de Turismo 2001-2006 Op. Cit. p. 10.

El Programa de 1991-1994 por su parte, especifica la importancia de impulsar un crecimiento sostenido de la actividad turística, la vía que se consideró más apropiada fue la de la apertura a la inversión, en particular a la inversión extranjera. Además, se plantearon como estrategias el incremento a la productividad, la calidad y el desarrollo tecnológico.

El Programa de 1995-2000 planteó fortalecer la competitividad y sustentabilidad de los productos turísticos mexicanos para coadyuvar en la creación de empleos, la captación de divisas y el desarrollo regional por medio de estrategias de desarrollo por tipo de producto y circuitos turísticos. Además, se dio un impulso significativo a la investigación, información y la difusión turística por medios electrónicos, aprovechando los avances tecnológicos, la consolidación del Sistema de Información Turística Estatal y la creación de la página de Internet de la SECTUR.

Así, dando seguimiento a las acciones que buscaron fortalecer al turismo como una industria dinámica y en crecimiento, se puso en marcha el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 cuya característica fundamental fue ser producto de un amplio proceso de consensos y cuyos ejes rectores orientaron y dieron base a los proyectos prioritarios que realizaron la Secretaría de Turismo y los gobiernos de los Estados, junto con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo y el Consejo de Promoción turística de México cuyos objetivos fueron: a) hacer del turismo una prioridad nacional; b) tener turistas totalmente satisfechos; c) mantener destinos sustentables; d) contar con empresas competitivas¹⁹⁵.

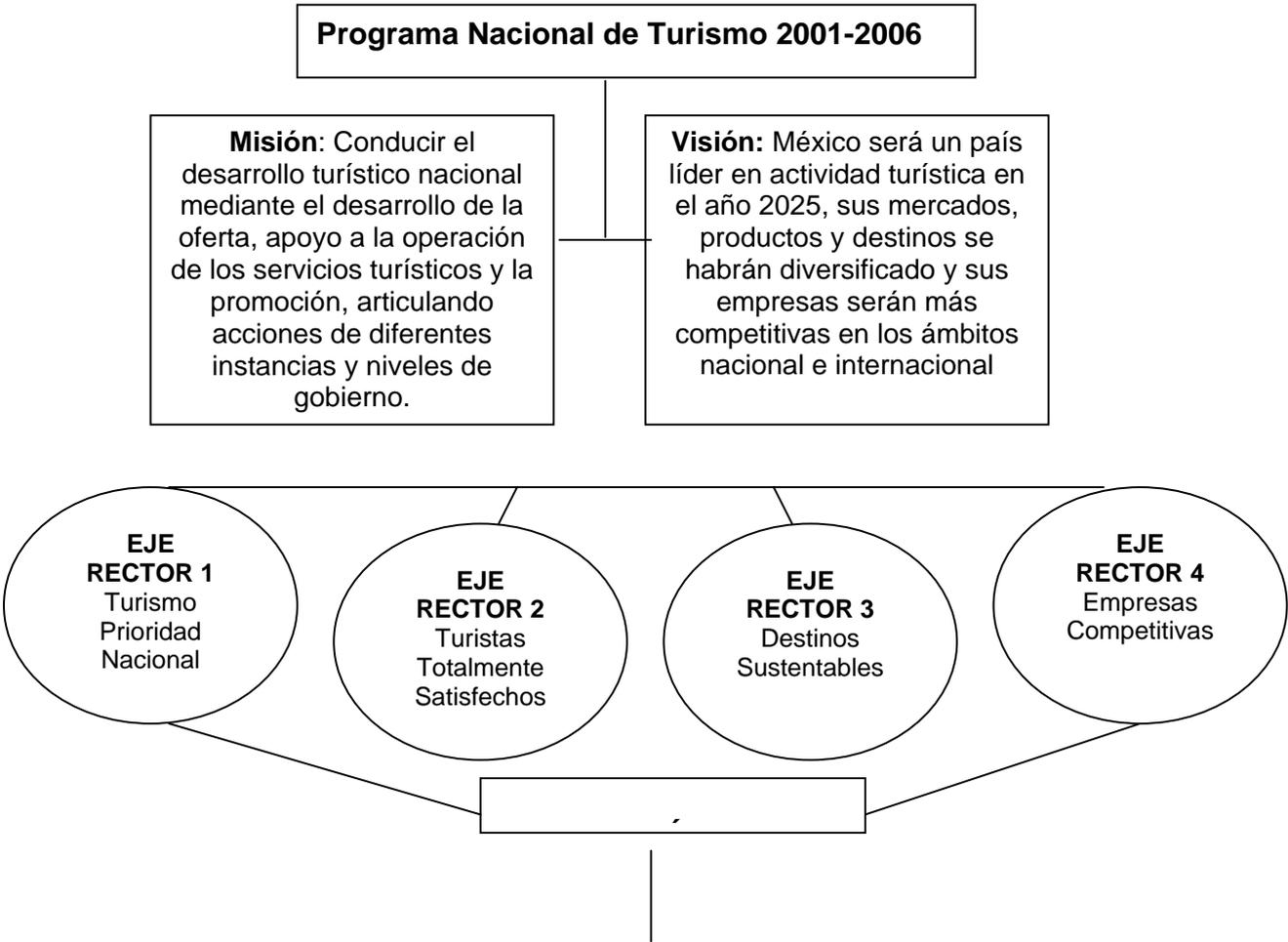
El Programa Nacional de Turismo fue alimentado con las ideas, propuestas y opiniones de todos los actores de esta industria, empresarios y prestadores de servicios, representantes de estados y municipios, legisladores, organizaciones sindicales, académicas y miembros de la sociedad civil¹⁹⁶. Los aspectos más representativos de éste Programa, tienen que ver precisamente con la planeación realizada en consenso; con el análisis de programas anteriores para tomar de

¹⁹⁵ Véase *Ibíd.*, p.15.

¹⁹⁶ *Ibíd.* p. 25.

ellos, las acciones que han contribuido a hacer de la actividad turística en nuestro país, una industria dinámica y en crecimiento y sin lugar a duda haberse llevado a cabo no sólo como un requisito, sino como la oportunidad para sentar las bases para un mejor futuro del sector turismo en México.

A continuación se señalan los lineamientos que dieron vida al Programa Nacional de Turismo 2001-2006, al contar con esta información se pretende analizar los resultados que se han derivado de la aplicación de dicho plan para posteriormente evaluar la viabilidad del mismo en el corto y largo plazos.

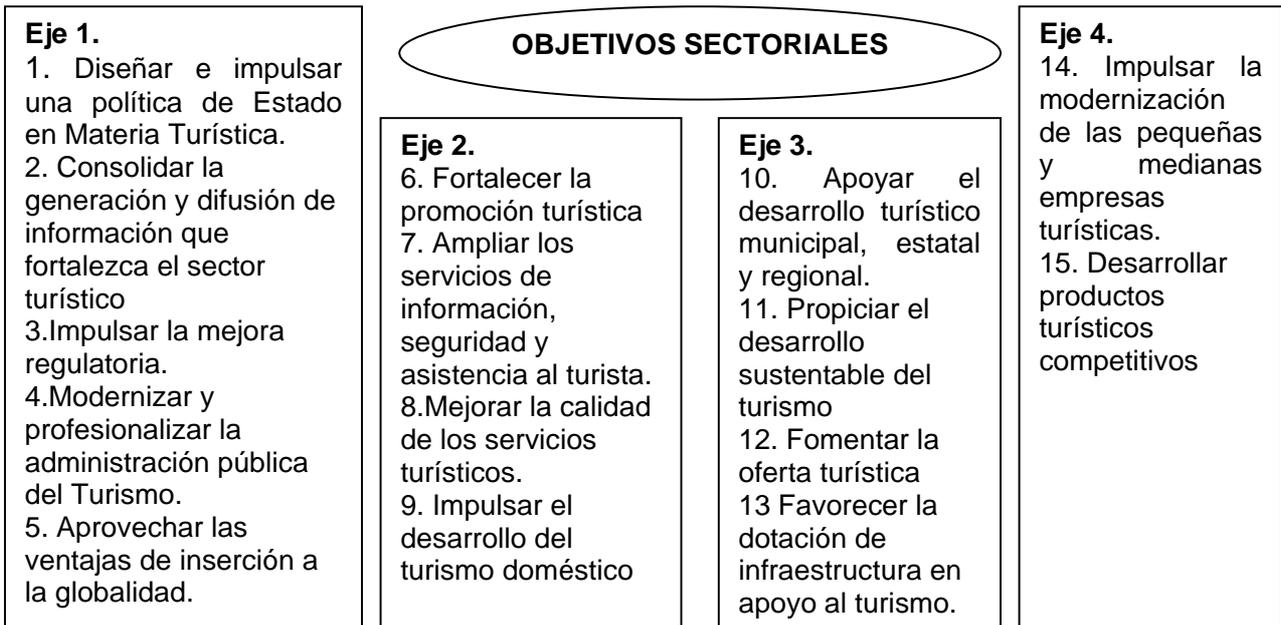


Eje 1. Lograr que la actividad turística se fortalezca como instrumento de alto impacto para el desarrollo económico y social del país, y que el gobierno y la sociedad en su conjunto le reconozcan este papel estratégico.

Eje 2. Asegurar que los turistas, una vez identificados y persuadidos de visitar los destinos turísticos del país, reciban servicios turísticos con oportunidad, calidad, calidez y profesionalismo.

Eje 3. Propiciar que los diversos destinos turísticos del territorio nacional impulsen el desarrollo regional, en armonía tanto con el desarrollo social y humano, como con la protección y la conservación del medio ambiente y de los recursos naturales.

Eje 4. Impulsar que las empresas que prestan servicios y productos turísticos tengan las características suficientes para ser competitivas en calidad, diversidad y precio para los mercados nacional e internacional.



Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR, Programa Nacional de Turismo 2001-2006, México, 2001. p. 80-168.

Las estrategias empleadas por eje sectorial, se describen a continuación:

Eje 1. Turismo Prioridad Nacional

1. Planear el desarrollo turístico; articular las políticas concurrentes; mantener una relación permanente con el Congreso; evaluar el desempeño del sector turístico y dotar a la Secretaría de Turismo de una mayor capacidad normativa y ejecutora.
2. Realizar y difundir estudios e investigaciones; monitorear la evolución del comportamiento de la actividad turística; y medición de la incidencia económica del turismo.
3. Establecer, coordinar e impulsar acciones de mejora regulatoria; y analizar y proponer adecuaciones al marco legislativo y normativo en materia de turismo.
4. Alineación y rediseño de los elementos estructurales de las instituciones públicas del sector turismo, que determinan su forma de operación; y garantizar que la gestión diaria de las instituciones que conforman el Sector Turismo contribuya al logro de resultados y se realice con la máxima calidad y costo óptimo.
5. Participar activamente en los foros multilaterales relacionados con el turismo; y revisar, actualizar y maximizar las relaciones bilaterales en materia turística.

Eje 2. Turistas Totalmente Satisfechos

1. Realizar una planeación estratégica de mercadotecnia; promocionar a México, con sus productos y destinos, en los mercados nacional e internacional; e impulsar esquemas de inducción y coordinación que multipliquen los esfuerzos promocionales de los diferentes actores de la actividad turística.
2. Procurar la seguridad y asistencia a los turistas en carreteras; impulsar la seguridad y asistencia en los destinos turísticos; proporcionar servicios de información y orientación turística; y contribuir a la internación expedita de los connacionales.
3. Desarrollar programas de mejoramiento de los recursos humanos del sector turismo; programas para asegurar la calidad de los servicios turísticos; propiciar el mejoramiento de la calidad de la enseñanza turística en México; y realizar acciones para fortalecer la difusión de la cultura turística.
4. Contribuir a la organización de la oferta turística para el mercado nacional; desarrollar y divulgar información sobre las alternativas turísticas que ofrece el país a los nacionales; y diseñar y operar un Programa para el turismo social.

Eje 3. Destinos Sustentables

1. Fortalecer los programas regionales de desarrollo turístico e impulsar esquemas de coordinación y participación para el desarrollo regional con los estados y municipios.

2. Diseñar, consensar y poner en marcha el Programa para el Turismo Sustentable; e implantar un sistema de indicadores de sustentabilidad en el turismo.
3. Consolidar, relanzar y dar mantenimiento a los Centros Integralmente Planeados (CIP's), así como impulsar nuevos megaproyectos turísticos; fomentar la inversión en el sector; e inducir una política integral para el financiamiento del sector.
4. Gestionar ante las instancias y niveles de gobierno correspondientes la dotación de infraestructura; fortalecer el equipamiento y servicios municipales en destinos turísticos; promover acciones de urbanización y vivienda digna; e incrementar la señalización turística. (Para fines de este Informe este objetivo se reporta conjuntamente con el denominado "Apoyar el desarrollo turístico municipal, estatal y regional").

Eje 4. Empresas Competitivas

1. Implantar programas para la mejora de la calidad en las PYMES turísticas; impulsar la promoción de las PYMES turísticas; y facilitar el acceso a esquemas de financiamiento¹⁹⁷.

En torno a los 4 ejes rectores del Programa Nacional de Turismo 2001-2006, se trabajó en 6 programas que fundamentalmente van encaminados a atender las comunidades turísticas, a impulsar el mejoramiento y la calidad de las empresas que prestan los servicios, así como a mejorar la imagen de México a nivel internacional.

El programa "Agenda 21 para el Turismo Mexicano" pretendió fortalecer la actividad turística de las comunidades locales procurando la conservación de sus recursos naturales y culturales; los programas "Anfitriona Paisano", "México Limpio y Querido" y "Manejo Higiénico de los Alimentos" buscaron que México se insertara a nivel internacional con un mayor prestigio, al cuidar la limpieza de sus atractivos y servicios turísticos y al proporcionar la información pertinente al turista que nos visitara. Por último, los programas "Certificación de Competencia Laboral" y "Modernización para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas" estuvieron encaminados a lograr que las empresas prestaran servicios con niveles de calidad y servicios competitivos internacionalmente.

¹⁹⁷ SECTUR, Programa Nacional de Turismo 2001-2006, Op. Cit.

Agenda 21 para el Turismo Mexicano

Programa que propuso estrategias y acciones con objeto de fortalecer la dinámica de las regiones turísticas; incluir a las comunidades locales en las actividades económicas generadas y asegurar la preservación de los recursos naturales y culturales de los destinos turísticos de México.

Programa Anfitrión Paisano	En el marco del Programa Paisano, la Secretaría de Turismo llevó a cabo acciones de anfitrión, orientación y asistencia a los connacionales a través de 51 módulos de atención, ubicados en las principales áreas fronterizas, aeropuertos internacionales y centrales camioneras en 20 entidades federativas.
Programa de Certificación de Competencia Laboral	El propósito fue facilitar el acceso a la información que se requiere para la obtención de un reconocimiento oficial, que avale la experiencia laboral, conocimientos y capacidades de los prestadores de servicios de cualquier nivel.
Programa de Modernización para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas	El programa buscaba apoyar a los empresarios turísticos para conducir la administración de sus negocios hacia la modernización, mediante la adopción de sistemas de gestión, estándares de calidad y servicio de clase mundial; a fin de satisfacer las necesidades de sus clientes internos y externos, traduciéndose esto en mayor rentabilidad y competitividad para las empresas.
Programa México Limpio y Querido	Consistió en un programa de sensibilización ante la población y los visitantes a destinos turísticos, a fin de combatir el problema de basura en playas, tramos carreteros y sitios de interés.
Programa Nacional de Manejo Higiénico de Alimentos. Distintivo "H"	Programa preventivo que buscaba disminuir la incidencia de enfermedades transmitidas por los alimentos en turistas nacionales y extranjeros y mejorar la imagen de México a nivel mundial con respecto a la seguridad alimentaria.

Fuente: SECTUR, "Programas y proyectos" [en línea]: México, 25 noviembre de 2005. <www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Programas_y_Proyectos> login: bn (consulta : 05 septiembre de 2007).

Además, la SECTUR puso en marcha 8 programas regionales que con el propósito de integrar regiones del país para desarrollar productos turísticos atractivos, temáticos y diferenciados, con la participación del Gobierno Federal, de los gobiernos de los estados y municipios, además de la iniciativa privada y de las comunidades. Estos programas buscaban aprovechar el potencial turístico de algunas regiones del país para fomentar su desarrollo económico y social, generar inversión, crear empleos, aumentar el número de turistas que nos visitan, su

estancia promedio y la captación de divisas. El siguiente cuadro muestra los programas regionales, su objetivo y el área de influencia.

Programas Regionales	
<u>Programa México Norte</u>	El programa estaba integrado por los estados de: Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas. Pretendía posicionar a los estados de la frontera norte de México como un destino turístico atractivo, seguro, con servicios de calidad y con clara identidad nacional.
<u>Programa Ruta de los Dioses</u>	El programa lo integraron los estados de: Oaxaca, Puebla, Tlaxcala, Veracruz y del Distrito Federal. Su objeto fue posicionar a la región como un destino turístico integrado y diferenciado, con productos novedosos.
<u>Programa En el Corazón de México</u>	Integrado por las entidades de: Distrito Federal, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Morelos y Tlaxcala, el programa buscó la consolidación de destinos y productos que garanticen niveles de calidad y excelencia que satisfagan las motivaciones y expectativas de los turistas actuales.
<u>Centros de Playa</u>	El Programa Centros de Playa atendió prácticamente a todas las entidades federativas que cuentan con áreas costeras y buscó identificar alternativas de diversificación que respondieran a diferentes grupos de demanda y a múltiples motivaciones de viaje, cuyo interés se ha enfatizado en los mercados deportivo y náutico; salud; ecoturismo y aventura; negocios; y congresos y convenciones.
<u>Programa Mundo Maya</u>	El programa comprendió a los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, y pretendió impulsar el fortalecimiento de la región Mundo Maya, a través del desarrollo de nuevos productos y de la consolidación de la oferta existente, en el marco del desarrollo turístico sustentable, con la participación de los sectores público y privado e incorporando a las comunidades locales.
<u>Programa Tesoros Coloniales</u>	El programa lo integraron los estados de: Aguascalientes, Durango, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas. Buscó posicionar a Tesoros Coloniales como una marca corporativa turística, ubicándola como un multidestino para vacacionar por su gran variedad de atractivos.
<u>Programa Mar de Cortes -</u>	El programa estuvo integrado por algunas localidades de

Programas Regionales

Barrancas del Cobre

los estados de Baja California Sur, Sinaloa, Chihuahua y Sonora donde el mar, el desierto y la montaña integran una diversidad de atractivos turísticos potencialmente aprovechables, para el crecimiento y desarrollo de la región. Además del apoyo decidido de las autoridades turísticas federal y estatal, este programa coordinó esfuerzos con el sector privado.

Programa Pueblos Mágicos

Es un programa que contribuyó a poner en valor a diversas poblaciones del país, que son susceptibles de recibir ciertos flujos turísticos, que están ubicados en zonas cercanas a sitios turísticos o grandes ciudades; que cuentan con accesos razonables vía carretera; y que tienen algún valor o motivo histórico y/o religioso.

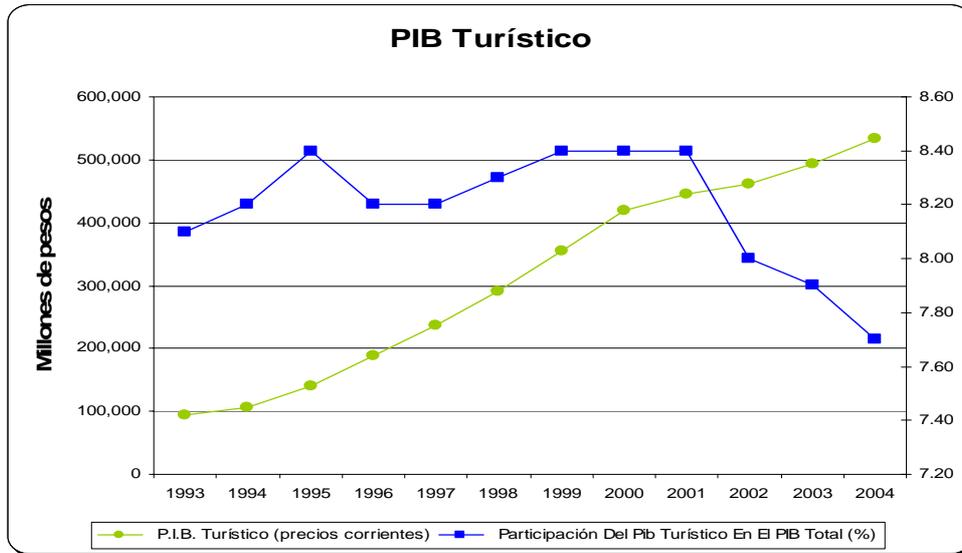
Fuente: SECTUR, "Programas y proyectos" [en línea]: México, 25 noviembre de 2005. <www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Programas_y_Proyectos> login: bn (consulta : 05 septiembre de 2007).

La importancia del Programa Nacional de Turismo 2001-2006 radicó en la creación de sus cuatro ejes rectores: lograr que el turismo sea considerado prioridad nacional, hacer que los turistas nacionales y extranjeros queden totalmente satisfechos, lograr que los destinos turísticos del país sean sustentables. Por su parte, las empresas deben ser cada vez más competitivas ya que el panorama turístico mundial está inmerso en la competencia, de lograrse estos objetivos, sentarían las bases para un mejor desarrollo del sector turismo mexicano.

3.4.2 Evaluación de resultados del Programa Nacional de Turismo 2001-2006.

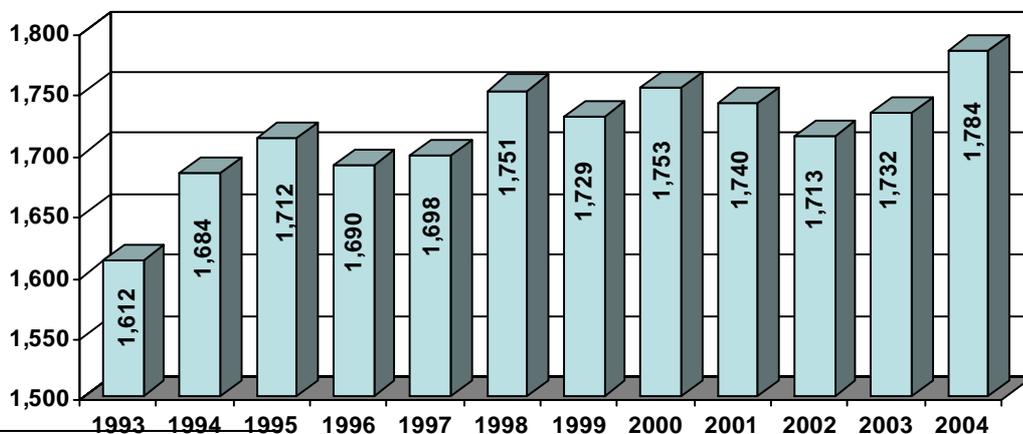
Durante el 2004 y la primera mitad del 2005, los ingresos de divisas provenientes del turismo superaron las expectativas previstas y alcanzaron niveles históricos; se continuó promoviendo la inversión para la creación de infraestructura y la generación de empleos en las diversas regiones turísticas del país. En 2004 el PIB turístico en valores constantes registró un incremento anual de 2.9%, por el dinamismo en los servicios de alojamiento, transporte aéreo de pasajeros, agencias de viajes y de restaurantes y bares.¹⁹⁸

¹⁹⁸ SEGOB, Quinto Informe de Gobierno de Vicente Fox, México, 2005, p. 215.



Fuente: SECTUR, “Indicadores turísticos, personal ocupado”, [en línea]: México, 14 de diciembre de 2005. <http://datatur.sectur.gob.mx/jsp/consulta_nacional.jsp>, login:bn (consulta: 23 septiembre de 2007). Sin embargo, como se aprecia en la gráfica, mientras que en el año 2000 el PIB turístico representaba el 8.4% respecto del PIB total, la participación ha venido disminuyendo ya que para el 2004 representó el 7.7%. El personal ocupado creció en 1.6% respecto a 2003, y contribuyó con el 5.4% en el total de la economía nacional. Al mes de junio de 2005 se registró un nivel de más de 1.84 millones de ocupaciones remuneradas, lo que arrojó un saldo neto de 27 mil empleos nuevos respecto a los registrados en diciembre de 2004.¹⁹⁹

Personal Ocupado en el Sector Turístico

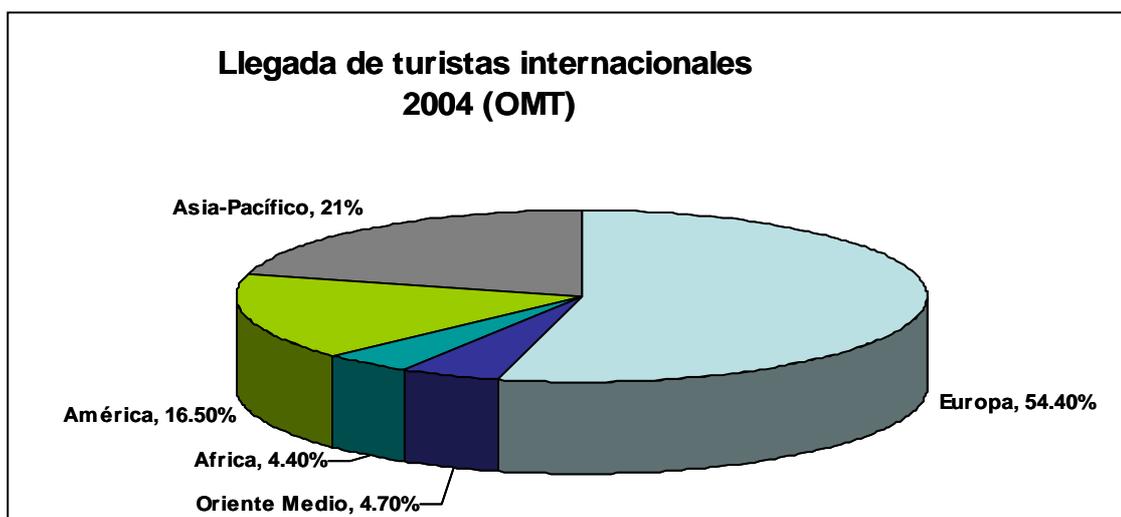


¹⁹⁹ SECTUR, “Indicadores turísticos, personal ocupado”, [en línea]: México, 14 de diciembre de 2005. <http://datatur.sectur.gob.mx/jsp/consulta_nacional.jsp>, login:bn (consulta: 23 septiembre de 2007).

Fuente: SECTUR Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México. Edit. Fondo de Cultura Económica, Primera Edición, México, 2006, p. 16.

El consumo turístico doméstico en 2004 representó el 80.9% del consumo turístico total, en tanto que el 19.1% restante estuvo compuesto por el consumo turístico receptivo (15.6%) y egresivo (3.5 %), cifras inferiores a las registradas en 2003, las cuales se ubicaron en 82.5, 14 y 3.5%, respectivamente²⁰⁰.

A escala Mundial, en 2005 México ocupó la séptima posición en captación de turistas, manteniéndose en los últimos dos años como el país más visitado del Continente Americano después de EE.UU.



Fuente: SECTUR Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México. Edit. Fondo de Cultura Económica. Primera Edición, México, 2006, p.16.

²⁰⁰ *Ibíd.*

En el periodo enero-junio de 2005, el país recibió a 11.3 millones de turistas internacionales, 10.2% más que en los primeros seis meses del 2004. Este comportamiento estuvo alentado por:

- ◆ El incremento de 16.6 por ciento en el número de turistas de internación, los cuales, además de representar la mayor proporción de los visitantes extranjeros (6.8 millones), son los que reportan un mayor gasto medio.
- ◆ El aumento de 1.6% en el número de turistas fronterizos, que ascendió a 4.5 millones de personas²⁰¹.

Adicionalmente, de enero-junio de 2005 ingresaron al país 40 millones de excursionistas, cifra superior en 4.8% a la registrada en el mismo periodo de 2004, comportamiento asociado a los incrementos de 3.7% de los visitantes fronterizos (36.5 millones) y de 17.7 por ciento de los pasajeros en crucero (3.5 millones)²⁰².

Principales Destinos en el Mundo por sus Llegadas de Turistas Internacionales en 2004 p/

Posición	País	Millones de Llegadas
1	Francia	75.1
2	España	53.6
3	Estados Unidos de América	46.1
4	China	41.8
5	Italia	37.1
6	Reino Unido	27.7
7	Hong Kong	21.8
8	México	20.6
9	Alemania	20.1
10	Austria	19.4

FUENTE: Organización Mundial del Turismo. Barómetro del Turismo Mundial, Vol. 3, No. 2, México, junio de 2005, s/p.

En 2004, los ingresos de divisas generados por los visitantes internacionales que estuvieron en México superaron las expectativas al alcanzar 10 753.2 millones de dólares, cifra que significó un nivel récord. En este rubro nuestro país ha sostenido un crecimiento constante que permite mantenernos en un nivel competitivo. De enero a Junio de 2005, México captó 6468.9 millones de dólares. de este monto, 5

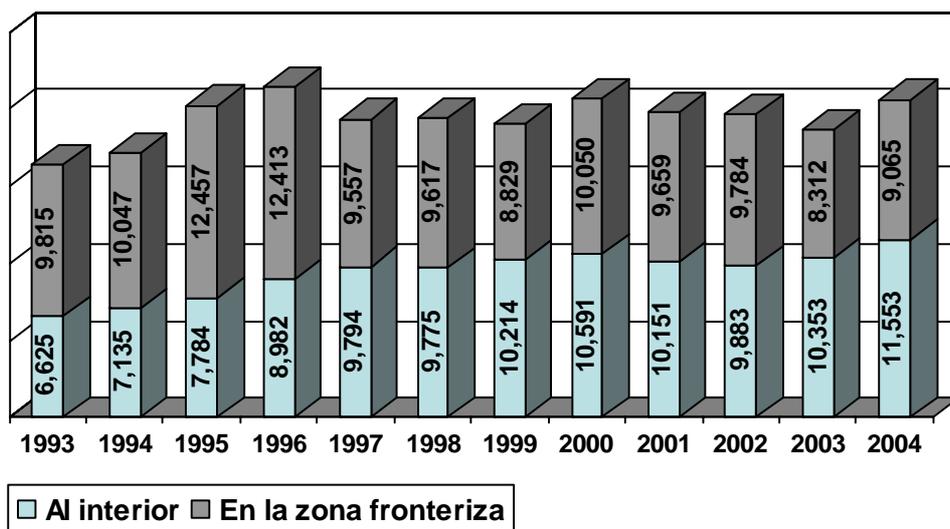
²⁰¹ SECTUR, Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México, Op. Cit. p.17.

²⁰² Véase *Ibíd.*

180.6 millones de dólares correspondieron a turistas internacionales y 1288.3 millones de dólares a excursionistas, cifras superiores a las observadas en igual periodo del 2004²⁰³.

Actualmente México es el octavo país más visitado en el mundo, durante 2004 fue visitado por 20 millones 618 mil turistas. La actividad turística generó una derrama de 10 mil 753 millones de dólares, cifra superior en 14.9% respecto al 2003, colocándose como una de las actividades más importantes en la captación de divisas, sólo detrás de las exportaciones, la inversión extranjera y las remesas familiares²⁰⁴.

**Llegada de Turistas Internacionales
(miles de pesos)**



Fuente: SECTUR, Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México. Edit. Fondo de Cultura Económica, Primera Edición, México, 2006. p. 16.

²⁰³ Véase SEGOB, Quinto Informe de Gobierno Vicente Fox, Op. Cit. p. 216.

²⁰⁴ *Ibíd.*

Principales Destinos en el Mundo por sus Ingresos por Visitantes Internacionales en 2004

Posición	País	Millones de Llegadas
1	Estados Unidos de América	74.5
2	España	45.2
3	Francia	40.8
4	Italia	35.7
5	Alemania	27.7
6	Reino Unido	27.3
7	China	25.7
8	Turquía	15.9
9	Austria	15.4
10	Australia	13.0
11	Grecia	12.9
12	Canadá	12.8
13	Japón	11.1
14	México 1/	10.8
15	Suiza	10.3

Fuente: Organización Mundial del Turismo, Barómetro del Turismo Mundial Vol. 3, No. 2, México, junio de 2005, s/p.

El gasto medio en el territorio mexicano efectuado por los turistas de internación en 2004, observó un máximo histórico de 673.7 dólares y un incremento anual del 4.4%. En los primeros seis meses del 2005 la tendencia continuó ascendente al recibir 715.8 dólares de gasto promedio, 2.5% más que los primeros seis meses de 2004²⁰⁵.

Por otra parte, el número de visitantes internacionales de México hacia el extranjero disminuyó 0.4% al registrar un flujo de 128.4 millones de viajeros, por la caída del 1.1% en las salidas de excursionistas, mismos que se situaron en 115.1 millones; por su parte, los turistas ascendieron a 13.3 millones, 6.6% más que en 2004.²⁰⁶ En 2005 la balanza turística creció 10.4% al registrar el mayor saldo de su historia por 4 188 millones de dólares, el cual se derivó de 11 795.1 millones de

²⁰⁵ SECTUR, Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México Op. Cit.

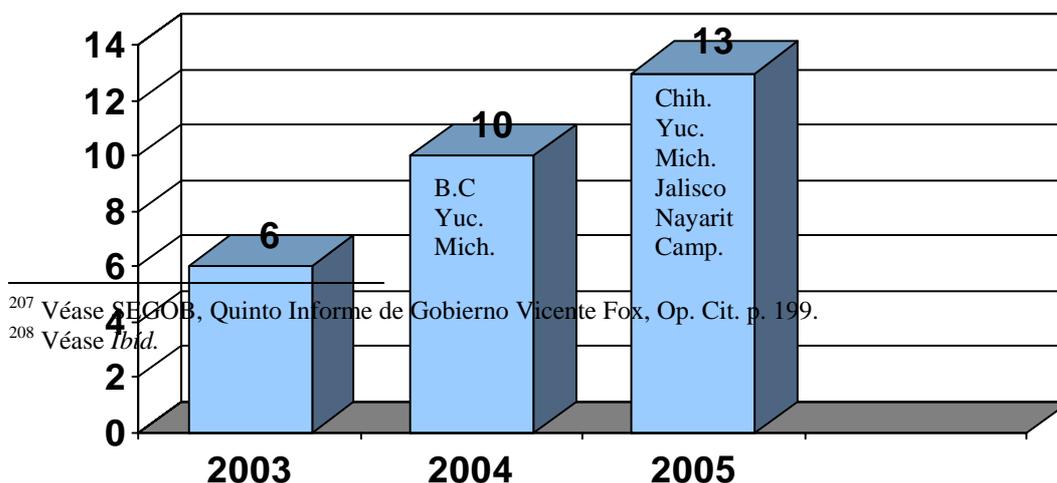
²⁰⁶ Véase *Ibíd.*

dólares por concepto de ingreso de divisas (9.7% de incremento anual) y 7 607.1 millones de dólares por egreso de divisas (9.3% de incremento anual)²⁰⁷.

El índice de ocupación hotelera en centros turísticos seleccionados fue de 57.65 5 en 2005 superior al registrado en 2004. Los destinos con mayor índice de ocupación fueron Puerto Vallarta (63.25%), Los Cabos (63.98%) y Nuevo Vallarta (79.36%). Las llegadas de turistas nacionales a cuartos de hotel crecieron 3.2% al ascender a 51.4 millones de turistas²⁰⁸. Además, en materia de promoción turística, durante el 2005, el Consejo de Promoción Turística de México ejerció 841.5 millones de pesos para aumentar la preferencia de los turistas por México como destino turístico. Entre las principales acciones de promoción destacan las siguientes:

- ◆ A través de las campañas de promoción se consolidó la imagen de México como un país único, diverso y hospitalario tanto en espacios de televisión como en espectaculares y revistas especializadas.
- ◆ Para el mercado nacional, se dio continuidad a las campañas “Cultura”, “Naturaleza”, “Sol y Playa”, y Arqueología con el lema “Vive hoy, Vive lo Tuyo” para impulsar la demanda de viajes en los fines de semana.
- ◆ En el Tianguis Turístico de 2005 se concretaron 21,022 citas de negocios, 12% más que las registradas en el evento del 2004.

Publicidad Cooperativa. Número de destinos turísticos participantes en los programas cooperativos 2003-2005



²⁰⁷ Véase SEGOB, Quinto Informe de Gobierno Vicente Fox, Op. Cit. p. 199.

²⁰⁸ Véase *Ibid.*

B.C	Jalisco	M.Maya
Yuc.	Camp.	Cancún
Mich.	Gdl.	D.F
Jal.	R- Maya	Oaxaca
Nayarit	Cancún	Huatulco
Cancún	M. Maya	Veracruz
	Cozumel	Cozumel

Fuente: SECTUR Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México, Edit. Fondo de Cultura Económica, Primera Edición, México, 2006, p.168.

En cuanto a los servicios de información y asistencia al turista, se puede apreciar la labor del Centro Integral de Atención al Turista (CIAT) que brindando mejores servicios de información, orientación, asistencia, auxilio y protección para la seguridad de los turistas nacionales y extranjeros que se encuentran de viaje al interior del país ha fortalecido este rubro. Por su parte, el sistema INFOTUR-paisano, por medio del número telefónico 078, proporcionó servicios de información, orientación, asistencia, auxilio y protección a 2.4 millones de personas, 14.3% más respecto a lo realizado en 2004²⁰⁹.

La corporación Ángeles Verdes en 262 rutas carreteras de las 31 entidades federativas y el Distrito Federal, brindó servicios de auxilio a 469 690 turistas que se desplazaron por vía terrestre²¹⁰.

Durante 2005 la inversión privada en la actividad turística se incrementó en 18.7% con respecto al 2004 al ascender a 2 723.5 millones de dólares, con lo cual se alcanzó en los primeros cinco años de la administración, de Vicente Fox un monto acumulado de 9715.9 millones de dólares²¹¹. Al respecto, resulta primordial motivar la inyección de capital de empresarios nacionales en el sector procurando así que la derrama económica que el turismo genera se reinvierta en el país.

Con los recursos de la inversión privada, en el 2005 se atendieron 291 proyectos, aplicándose 69.4% a los centros de playa; 19% la frontera norte; 6.7% la región

²⁰⁹ *Ibíd.*

²¹⁰ Véase SEGOB, Quinto Informe de Gobierno Vicente Fox, Op. Cit. p. 202.

²¹¹ *Ibíd.*

centro y el restante 4.9% entre la región del mundo maya y otros rubros como el transporte turístico. Cabe destacar que el 43.6% de la inversión privada se canalizó a la construcción y o remodelación de 118 hoteles de diversas categorías, con un monto de 1 187 millones de dólares, lo cual contribuyó al fortalecimiento de la infraestructura hotelera²¹².

Por su parte, la inversión pública del FONATUR, ascendió a 433.2 millones de pesos, dichos recursos, se destinaron para la consolidación y mantenimiento de los centros integralmente planeados de Cancún, Ixtapa, los Cabos, Huatulco y Loreto. Por otra parte, resulta de vital importancia señalar que el turismo recibió un fuerte impacto en octubre del 2005 por los huracanes *Stan* en Chiapas y muy especialmente por *Wilma* en Quintana Roo, los cuales dañaron la infraestructura turística del sureste mexicano, de manera particular el segundo estado mencionado se vió afectado en el 90% de su infraestructura hotelera y de servicios. Para atender esta emergencia, la SECTUR encabezó los trabajos de coordinación con las autoridades locales, a fin de garantizar la seguridad de los turistas y recuperar la infraestructura turística afectada. Por su importancia, las actividades de rescate y recuperación se concentraron principalmente en Cozumel, Isla Mujeres, Riviera Maya y Cancún; asimismo, se intensificaron las campañas de promoción orientadas a incrementar los flujos de turistas hacia estos destinos.

Debemos señalar que el sector turismo, por su naturaleza tan dinámica debe estar preparado para afrontar emergencias como las causadas por los huracanes Juliette, Ignacio, Stan y Wilma por citar algunos ejemplos, e incluso para enfrentarse a panoramas como el que se presentó el 11 de Septiembre de 2001, donde los eventos ocurridos en EE.UU. tuvieron un impacto inmediato y sin precedentes en el turismo internacional, afectando el desempeño de compañías aéreas de todo el orbe, de establecimientos de hospedaje, de empresas comercializadas y de otros prestadores de servicios turísticos.

²¹² Véase *Ibíd.* p. 205.

Por esta y muchas más razones, el escenario que enfrentara el turismo en el mediano y largo plazo exige enfoques, iniciativas y acciones que conduzcan a un mayor conocimiento de las nuevas condiciones y oportunidades que presenta el mercado. Se requiere desarrollar un gran esfuerzo en materia de generación de conocimiento e identificación de las principales variables que impactaran en la estructura del mercado turístico y que tendrán un efecto directo en la competitividad de destinos, productos y en la rentabilidad de las inversiones. Del mismo modo es necesario redoblar los esfuerzos de integración intersectorial y de fortalecimiento de cadenas productivas, creando estrategias orientadas a mejorar las posibilidades de éxito de los esfuerzos orientados a atraer visitantes residentes en el extranjero.

La oferta turística de México, aunada a sus condiciones privilegiadas de ubicación geográfica, reúne las características y cualidades que favorecen el desarrollo de una gran variedad de productos y la captación de nichos y segmentos con intereses altamente diferenciados como son: el turismo cinegético, el ecoturismo, el turismo cultural, el turismo de negocios, el turismo náutico y deportivo, turismo de salud entre otros. La idea central es prevenir bajas drásticas en los flujos provenientes de EE.UU., cuya población es nuestro principal consumidor, así como un reforzamiento en la diversificación de mercados y sobre todo, de los programas y acciones enfocados hacia el mercado interno.

Por otra parte, en materia de Educación, a través de la Dirección General de Cultura Turística de la SECTUR, se pusieron en marcha varios programas de educación, capacitación y vinculación, de manera constante se firman convenios de reasignación con los municipios y los estados en esta materia, con el fin de elevar la calidad de prestación de los servicios y la capacitación de los propios prestadores de servicios. Se sabe lo que representa cultivar valores tan importantes como son la hospitalidad, limpieza, amabilidad, entre otros. La SECTUR en coordinación con la Secretaría Educación Pública, llevó a cabo un

dialogo para fomentar la incorporación de estos valores en la educación formal de los niños en las escuelas. Esto es muy importante ya que si realmente queremos ser competitivos en materia turística, tenemos que elevar el nivel de educación y de conocimiento de los prestadores de servicios turísticos.

Finalmente, en lo que respecta a los avances en materia de diversificación de productos y segmentos turísticos, tenemos que en coordinación con los gobiernos estatales, municipales y con organizaciones del sector privado, se realizaron diversas acciones para avanzar en el fortalecimiento de los siguientes segmentos de la oferta turística:

- ◆ *Turismo Alternativo (Ecoturismo)*. Se realizó un “circuito de capacitación para empresas comunitarias ecoturísticas ubicadas en áreas naturales protegidas y pertenecientes a grupos indígenas de los Estados de Campeche, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, y Yucatán, con el objeto de brindarles los conocimientos para la implementación del sistema de gestión “Moderniza”. Además se han firmado convenios con la Comisión Nacional de Áreas Protegidas (CONANP) para fortalecer el ecoturismo en áreas protegidas²¹³.

- ◆ *Turismo Cultural*. Mediante convenios de colaboración con gobiernos locales, se desarrollaron trabajos para mejorar equipamiento turístico de las nueve ciudades mexicanas del patrimonio mundial: Campeche, Distrito Federal, Guanajuato, Morelia, Oaxaca, Puebla Querétaro, Tlacotalpan y Zacatecas; así como de unidades de servicio y museografía de las zonas arqueológicas de Palenque; Chiapas; Tulum, Quintana Roo; Cacaxtla, Tlaxcala; y la restauración de la torre del Templo de la virgen del Carmen en la Ciudad de San Luis Potosí.

- ◆ *Turismo de Negocios y salud*. Para promover estos segmentos turísticos se realizaron siete seminarios para difundir los beneficios de la tasa 0% del IVA para congresos, convenciones, ferias y exposiciones en Acapulco, Cancún,

²¹³ SECTUR, Comportamiento, Avances y Perspectivas del Turismo en México Op. Cit. p. 109.

Los Cabos, Mérida, Villahermosa, Monterrey y León. Destaca también el impulso a la profesionalización, certificación y comercialización de los establecimientos *spa*, por ser uno de los segmentos con mayor demanda por parte de los turistas de negocios.

- ◆ *Turismo Social*. La SECTUR suscribió dos convenios de colaboración, uno con el FONATUR para el establecimiento de instalaciones de accesibilidad para las personas con discapacidad en los nuevos desarrollos turísticos y para promover el turismo estudiantil y otro con el Instituto Nacional de la Personas Adultas Mayores (INPAM), para el desarrollo de paquetes turísticos accesibles y especiales, lo que representa un beneficio potencial para cuatro millones de adultos. El sector empresarial trabaja por la accesibilidad con tarifas preferenciales, generando servicios que propicien el ambiente adecuado de descanso y convivencia. El sector social genera programas que colocan la actividad turística como medio importante para el acceso de sus representados a los espacios de esparcimiento, concretando tarifas y precios. No obstante los logros, se puede decir que en este rubro aún falta mucho por trabajar, muchos son los mexicanos que aún no pueden disfrutar de esta actividad.

3.4.3 Evaluación General al Periodo 2000-2006

En la administración de Vicente Fox Quesada, los ingresos de divisas provenientes del turismo superaron las expectativas previstas y alcanzaron niveles históricos. El personal ocupado creció considerablemente y el consumo doméstico representó el 81.3% del total, lo cual resulta muy significativo ya que parece ser el turismo nacional el que se considera minoritariamente en la planeación turística de México.

Con la aplicación del Programa Nacional de Turismo 2001-2006, se dieron notables avances, gracias a los programas regionales se ha mejorado la imagen urbana de las localidades, se han realizado obras de mejoramiento en los sitios de

interés turístico lo cual ha elevado su atractivo. Sin embargo se han presentado algunos inconvenientes, uno de los principales es que aún existe un buen número de Estados de la República cuyos Programas Estatales de Turismo no se encontraban alineados al Programa Nacional de Turismo 2001-2006 (PNT).

Ante esta situación y con el propósito de alinear los programas turísticos estatales y municipales al PNT, para asegurar congruencia enfocada al mejor desarrollo de la actividad turística del país, se efectuaron labores de acercamiento con varios gobiernos estatales, a fin de conocer y evaluar sus programas de turismo. En consecuencia, a lo largo de la administración de Vicente Fox, se alinearon los programas de los estados de Baja California, Campeche, Colima, Durango, Jalisco, Guanajuato, Hidalgo, Michoacán, Morelos, San Luis Potosí, Tabasco y Yucatán.

Pese al gran avance que se ha presentado en la administración del sector turístico de México, los estados que no cuentan con programas Estatales del Turismo alineados al Programa Nacional de Turismo 2001-2006 aún son la mayoría, se debe trabajar en alinear programas de turismo a nivel estatal al gran proyecto de turismo a largo plazo con el que se trabajo en este último sexenio, de hecho esta podría ser una de las principales aportaciones al sector porque este programa marca las bases para el desarrollo del turismo a largo plazo donde México podría convertirse en líder en la actividad turística, logrando diversificar sus mercados, productos y destinos, y sus empresas ganarán competitividad nacional e internacional.

México se debe consolidar como una potencia turística, y para lograrlo es indispensable diversificar mercados; (somos fuertemente dependientes del turismo norteamericano) y productos turísticos (el sol y la playa continúan siendo los productos con más demanda dentro del turismo mexicano). La mejora competitiva de las empresas es la única vía para seguir con las condiciones actuales y de ser posible mejorarlas. Por ello se debe impulsar la creación de empresas turísticas

que cuenten con asistencia técnica especializada. Se debe entonces adoptar un nuevo modelo de desarrollo económico acorde con las tendencias del mercado y con el más equitativo sistema de distribución de la riqueza, donde los protagonistas serán las comunidades locales, los gobiernos, empresarios y las comunidades que asumen al turismo como una opción viable de desarrollo.

Por años México ha ocupado un mejor lugar en la captación de turistas que el ingreso de divisas a nivel mundial, esto obedece al modelo de desarrollo con el que el país se posicionó a nivel mundial, en el que se ofrecía primordialmente sol y playa; pero hoy, como hemos podido observar, la oferta mundial de turismo está completamente diversificada, razón por la cual nuestro país debe diversificar productos para con ellos poder competir a nivel internacional.

A fin de maximizar las oportunidades que ofrece el turismo para nuestro país sería conveniente reducir el diferencial entre llegadas e ingresos para lo cual es necesario encaminar los esfuerzos a incrementar el gasto en estadías y no el volumen de visitantes. Por otra parte, el fomento, promoción y desarrollo del turismo nacional representa la oportunidad de mayores ingresos para las empresas. Este mercado es de primordial importancia para el sector debe ser el pilar de la industria mexicana, por lo que su desarrollo debe sustentarse en una oferta de productos y servicios que respondan a las necesidades y características de la demanda y para lograrlo podrían emprenderse acciones como las siguientes:

- Mejorar los servicios de transporte terrestre
- Incrementar los servicios de las principales rutas turísticas del país como paradores y los servicios de los ángeles verdes
- Novedosas clases de alojamiento como albergues y campamentos “bed and breakfast” (cama y desayuno) para diversificar el producto turístico
- Desarrollar la infraestructura y equipamiento en las principales rutas, circuitos y recorridos que permita incorporar y crear pequeñas y medianas empresas turísticas.

- Poner valor turístico a las localidades de atractivos naturales o culturales a través del desarrollo de instalaciones servicios públicos, capacitación, promoción e imagen urbana.
- Desarrollar programas promocionales integrales de viajes de fines de semana con énfasis en familia, grupos infantiles y juveniles etc.
- Facilitar el acceso de tecnología avanzada a las agencias de viaje y operadores locales que atienden este mercado.
- Desarrollar esquemas novedosos de comercialización, acercando el producto turístico a los clientes en fábricas, zonas comerciales y clubes de servicios, entre otros.

Son muy alentadoras las cifras que maneja el gobierno federal en cuanto a turismo, ello se explica en gran medida por la seriedad del Programa Nacional de Turismo 2001-2006, creado con la firme idea de sentar las bases para el futuro del sector en nuestro país, es decir su visión a largo plazo. Sin embargo debo decir que no todo es favorable, aún existen algunos aspectos que se deben tratar con especial atención ya que de ellos podría depender que México llegue a cumplir la meta de consolidarse como potencia turística mundial, entre ellos destacan:

Con relación a la inversión extranjera, debemos considerar que aunque en los últimos años se ha tratado de revertir la tendencia, existe una progresiva desnacionalización de la industria turística ya que se encuentra en su mayor parte en manos de empresas extranjeras, producto de la desregulación que se llevó a lo largo de la década de los noventa y principalmente durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari.

En lo que respecta a los centros integralmente planeados el principal problema que se percibe es que la mayor parte de estos centros han sido diseñados para albergar a un sector muy exclusivo y limitado de turistas nacionales, (los que tienen poder adquisitivo), y para el turismo extranjero principalmente, lo cual genera una gran contradicción con respecto al turismo social que debe ser un

“turismo para todos”. Y en la realidad, pese a que los mexicanos merecemos tener acceso a la distracción y a conocer nuestro propio país, en la mayoría de los casos no se cuenta con recursos económicos para poder hacerlo.

Otro problema que debe considerarse es el de la inseguridad, cada vez son más los turistas alrededor del mundo que toman en cuenta la seguridad como un factor importante al momento de elegir el destino al que desean viajar. Prueba de la importancia que tiene este concepto dentro del turismo son los atentados terroristas ocurridos el día 11 de septiembre de 2001 en EE.UU. que tuvieron un impacto inmediato y sin precedentes en el turismo internacional, afectando el desempeño de compañías aéreas de todo el orbe, de establecimientos de hospedaje, de empresas comercializadas y de otros prestadores de servicios turísticos. La seguridad es por tanto la primera demanda del turista nacional o internacional quien espera que el destino que eligió le brinde la confianza de disfrutar de sus recursos turísticos sin la amenaza de ser violentado en su persona o sus pertenencias.

Al respecto me parece interesante analizar una nota periodística del Diariomonitor, del viernes 25 de Junio del 2004 donde pudimos leer un encabezado poco favorable para el turismo mexicano y en particular para el que tiene como destino la Ciudad de México, el encabezado decía: *“Londres alerta a viajeros sobre la peligrosidad de la Cd. de México”*²¹⁴. La nota hablaba de que el gobierno británico, como ya lo había hecho el gobierno español, alertaba a los ciudadanos de su país sobre el riesgo de ataques terroristas y sobre la inseguridad que se sufre principalmente en el Distrito Federal.

La nota también hacía mención de que las más famosas guías de viajes disponibles en Europa alertan a los miles de lectores la peligrosidad de México y su capital como destino turístico. La *Guide du Routard*, de origen francés recuerda que México no es uno de los países seguros de América Latina y marca la crisis

²¹⁴ Leticia Pineda y Marco Appel. Londres alerta a viajeros sobre la peligrosidad de la Cd. De México, Diariomonitor, Metropolitana, México, Viernes 25 junio de 2004. p.4 y 5A.

económica de 1994 como el inicio de una ola de criminalidad que golpea al país. Recomendaban a quienes viajaran a México "...respete las reglas de prudencia habituales y en caso de agresión ¡no oponga resistencia!" ²¹⁵. Dos páginas se dedican a la seguridad en el Distrito Federal, la ciudad con tasa más alta de criminalidad del país y señalan que a pesar de que el gobierno mexicano se enorgullece de haber reducido el crimen, los visitantes en la capital deben tener mucho cuidado.

Esta nota nos hace reflexionar sobre la importancia que tiene la imagen de México en el extranjero ya que la diversificación de mercados se entorpece, si los países de Europa se encuentran con este tipo de notas. Considero que la seguridad es aspecto fundamental, que se debe trabajar de inmediato, porque reduciendo la inseguridad, nuestro país también se convertiría en un destino turístico más confiable. Otro aspecto importante es que el fantasma de la estacionalidad sigue estando presente en los destinos turísticos mexicanos. Ésta se manifiesta en baja ocupación en los destinos de negocios durante los fines de semana, en los lugares de descanso en los días laborables y en los destinos de playa fuera de las temporadas vacacionales. El turismo receptivo internacional muestra una señalada estacionalidad que se concentra en el período invernal. Además, el desarrollo turístico de México presenta entre otras características, una alta dependencia de la demanda proveniente de EE.UU. pero también una marcada concentración de la oferta en pocos destinos, lo cual provoca fragilidad y dependencia.

El sector turístico mexicano ha mejorado mucho en la última década; sin embargo se enfrenta a problemas como la apertura desmedida a la inversión extranjera, la falta de incentivos a los empresarios nacionales para invertir en el sector, la inseguridad, la estacionalidad, la dependencia del sector hacia el mercado estadounidense y la necesidad de diversificar nuestros mercados y productos turísticos.

²¹⁵ *Ibíd.*

No obstante, una actividad económica tan importante como es el turismo puede contrarrestar estas deficiencias, solo se requiere de una estructura sólida bien planificada que involucre a todos los actores de ésta actividad y en este sentido, con el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 se dio un gran paso, al ser un programa pensado en el corto, mediano y largo plazos. No obstante, se debe trabajar en corregir las inercias dentro del sector, así como tomar conciencia de la responsabilidad que tenemos (los representantes de los estados y municipios, legisladores, empresarios y prestadores de servicios, organizaciones sindicales y académicas y miembros de la sociedad civil) de creer en el turismo y lograr que la actividad turística se desarrolle sin comprometer nuestros recursos naturales ni atentar contra la cultura y organización de las comunidades donde éste se desarrolla. A su vez se debe procurar la satisfacción de los turistas porque solo así podremos convertir a México en una potencia turística mundial.

CONCLUSIONES

En los últimos años el turismo ha experimentado una notable expansión a nivel mundial, convirtiéndose en un importante generador de divisas para las economías de todos los países, lo cual repercute en beneficio de la población pues además de dinamizar la economía, el turismo permite la creación de empleos de forma directa e indirecta, y estimula el desarrollo regional a través de construcción de infraestructura, creación de vías de comunicación y el establecimiento de microempresas vinculadas a la prestación de servicios turísticos.

Actualmente México se encuentra en octavo lugar en cuanto a captación de turistas en el ámbito mundial, ello obedece en gran parte a la cantidad de recursos naturales y culturales con los que contamos. Sin embargo nuestro país también ocupa el decimocuarto lugar mundial en captación de divisas por concepto de turismo. Esto indica que México tiene gran captación turística, pero bajos ingresos por turista recibido y esto obedece al modelo de desarrollo con el que el país se posicionó a nivel mundial, en el que se ofrecía primordialmente sol y playa en los indicios del turismo masivo.

Para maximizar las oportunidades que ofrece el turismo para nuestro país sería conveniente reducir el diferencial entre llegadas e ingresos, para esto es necesario encaminar los esfuerzos a incrementar el gasto en estadías y no necesariamente en el volumen de visitantes. Después de haber realizado la presente investigación se considera que lo anterior puede lograrse creando paquetes que incluyan dentro del producto turístico de sol y playa otras modalidades de turismo como el turismo de aventura, el turismo cultural o el turismo náutico, deportivo ecológico y una gran diversidad de modalidades que nuestros recursos permiten desarrollar.

Actualmente el turismo es la tercera fuente generadora de divisas para la economía mexicana, sólo después de los ingresos por petróleo y las remesas

enviadas por los mexicanos que radican en el exterior, su importancia no solo radica en el aspecto económico, también tiene influencia en las esferas sociocultural, política y medioambiental.

En la esfera económica la importancia del sector turismo se distingue por su capacidad para captar divisas y con ellas, contribuir para cumplir con los compromisos financieros de nuestro país y para atender diversas necesidades que demanda la población. A través del análisis realizado en este trabajo de tesis también se puede apreciar que el turismo es un elemento activador de las economías regionales, al dinamizar actividades comerciales, industriales o agropecuarias, las cuales se vinculan al desarrollo de las regiones, en primer término y a la economía nacional en segundo. El turismo también es generador de oportunidades de empleo, por sus requerimientos de mano de obra a gran escala no solamente en el sector de servicios, pues el turismo bien planificado puede incidir, a través de la demanda de insumos, en otras ramas como la industria de la construcción, de alimentos y transportes.

En el marco de las relaciones internacionales se reconoce la importancia de esta actividad porque permite el movimiento y transferencia de capitales, la inversión extranjera, el flujo de divisas y la dinamización del comercio entre los países más desarrollados hacia los que se encuentran en vías de desarrollo. Además, el turismo es considerado un medio importante en el diseño de políticas de convivencia internacional de las naciones, porque los flujos turísticos llevan implícitas relaciones humanas, convirtiéndose en un vehículo que promueve la paz y la cordialidad entre los pueblos del mundo. Este trabajo, es por tanto una aportación al sector turístico al enriquecer la visión de las relaciones internacionales para promover la cooperación y la paz mundial

Desde la perspectiva sociocultural, el turismo se configura como uno de los elementos más importantes en la integración y en la difusión de la cultura, tanto a nivel nacional como internacional, ya que permite el intercambio de conocimientos,

ideas costumbres etc. De igual manera el turismo es considerado como motor de desarrollo porque la mutua convivencia temporal entre visitante y anfitrión promueve el cambio y la mejora de las formas de organización de proporcionar y recibir servicios.

La importancia medioambiental de la actividad turística radica en que gracias al turismo, gran cantidad de recursos naturales del mundo se han podido conservar manteniendo protegidas la flora y la fauna en el contexto de ésta actividad. Sin embargo también existe el factor en sentido inverso, es decir, la infraestructura del turismo mal planificada puede generar graves daños al medio ecológico.

En el caso de nuestro país aunque se tiene presente los beneficios de la planificación, en la práctica se privilegia la continuidad de los proyectos establecidos en los Planes Nacionales de Turismo. Uno de los resultados que arroja la presente investigación es la necesidad de tomar en cuenta que la creación de infraestructura adecuada y desarrollo de las vías de comunicación afecta al medioambiente, por tal motivo, el desarrollo de la industria turística debe estar en concordancia con el cuidado de los recursos naturales, al tiempo que se encuentre debidamente planificado.

A lo largo de la historia del turismo en México, se ha atravesado por etapas de auge y estancamiento, el análisis de las políticas gubernamentales instrumentadas en los últimos 20 años ha permitido observar los avances en éste sector y cuáles han sido los principales problemas que ha enfrentado. De tal manera que en los primeros años de la década de los ochenta, la oferta turística observó una concentración geográfica en las zonas turísticas de playa y en las principales ciudades de interés histórico y cultural, que correspondía a esquemas de preferencia de las corrientes turísticas del exterior y a modalidades del mercado interno, lo cual propició una escasez de oferta con características diferentes para atender otros segmentos del mercado, como el de negocios, el náutico y deportivo

de salud, cinegético etc. y limitó el aprovechamiento del gran potencial turístico en la totalidad del territorio nacional.

Durante el gobierno de Miguel de la Madrid, (1982-1988), se tomó como base la creación de un Plan Nacional de Turismo (PNT), que retomó los antecedentes instrumentados en los PNT 1963 y 1978 mismos que fueron olvidados sin haber obtenido resultados visibles. Con la aplicación de este nuevo plan se alcanzó un saldo record positivo en la balanza de servicios en el rubro de servicios turísticos. Dentro de las aportaciones más importantes de ésta administración se encuentra la búsqueda de la consolidación de la demanda extranjera y el fortalecimiento del turismo interno, en especial el turismo social. Además se logró la desconcentración y descentralización administrativa en los tres niveles de Gobierno Federal, Estatal y Municipal; propiciando un manejo más preciso en cada uno de estos niveles y con ello el fomento y consolidación del la demanda del turismo extranjero principalmente el proveniente de Estados Unidos y por otro lado el acceso al turismo a nacionales con menores recursos, lo cual se logró a través de convenios firmados con las organizaciones sindicales.

Durante esta administración los sectores privado y social participaron por primera vez en colaboración con el gobierno federal y estatal en campañas de promoción para la actividad turística. Esto fue muy importante ya que se comenzó a dar la importancia al turismo como actividad generadora de empleo; impulsora de desarrollo en zonas rurales; generadora de inversión etc.

La administración de Carlos Salinas de Gortari estuvo caracterizada por el fortalecimiento del turismo en términos de flujos de turistas, con su consecuente aportación de divisas. México se posicionó como un país muy importante en el sector turismo y prueba de ello es que ocupó el décimo lugar mundial en cuanto a captación de viajeros internacionales y el decimocuarto lugar mundial en cuanto a ingresos turísticos. La modernización del turismo se consideró un proceso necesario, en el que las acciones debían orientarse a crear condiciones que

permitieran participar y competir ventajosamente en un mercado mundial cada vez más competitivo y globalizado, así como avanzar en la creación de una oferta más diversificada. Para lograrlo, las inversiones se consideraron la mejor vía, así que hubo grandes modificaciones en materia de desregulación. Como consecuencia, la industria turística mexicana se incentivó con capital extranjero mayoritariamente, el sector turismo captó en los últimos cinco años del gobierno salinista el 15.6% del total de la inversión extranjera.

En lo concerniente a la internacionalización del sector, la administración salinista se ocupó con tanto esmero de la apertura económica y las relaciones bilaterales con EE.UU. que se prestó muy poca atención a la recuperación del turismo europeo y latinoamericano, y no se buscó la apertura del turismo asiático.

Durante la administración de Ernesto Zedillo (1995-2000), el gobierno federal se encontraba convencido de que por su impacto en el desarrollo regional, la generación de empleo y la captación de divisas, la actividad turística era la opción más rápida y viable de desarrollo para algunas regiones del país. Además, con la certeza de que en nuestro país el turismo tiene ventajas extraordinarias por su vecindad con grandes mercados y sobre todo por la singularidad de recursos naturales, así como por su riqueza cultural y arquitectónica.

En el programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, se señaló como objetivo principal el fortalecimiento de los productos turísticos mexicanos atacando cinco objetivos particulares relacionados con la competitividad, el desarrollo sustentable, la creación de empleo, el crecimiento en la captación de divisas y el fomento al desarrollo regional. La política sexenal en el sector turismo fue acertada ya que no sólo se ocupó de promover la competitividad de los productos turísticos del país a través de estrategias que propiciaron la consolidación de la oferta y la demanda turística, la promoción de los destinos y las regiones más rentables de nuestro país, sino que agregó el concepto de sustentabilidad, que resulta indispensable para lograr el crecimiento y la permanencia de la actividad en diversas regiones a largo plazo.

Como uno de los principales resultados de la aplicación de este programa se tiene la importancia que alcanzaron los viajeros domésticos ya que la mayor parte del consumo turístico fue realizado por éstos. El consumo del turismo doméstico en este periodo representó el 83.9% del consumo total en el mercado interno, superando en más de seis veces el consumo efectuado por el turismo extranjero, que alcanzó el 12.6%. Lo anterior muestra claramente la importancia que reviste el gasto realizado por los mexicanos durante sus viajes dentro del territorio nacional. Por ello se considera que en este sexenio la participación del turismo interno sirvió como elemento fundamental en el crecimiento económico del país, ya que estimuló la inversión en infraestructura, alentó el intercambio comercial a nivel nacional, distribuyó el ingreso regional y apoyó a numerosas micro, pequeñas y medianas empresas nacionales.

Esta administración trató de fortalecer la competitividad de los destinos exitosos, como los Centros Turísticos Integralmente Planeados, (CIPs), Tradicionales de Playa, Fronterizos, y Ciudades Coloniales y se impulsó el desarrollo de nuevos productos que aprovecharan la riqueza natural, histórica y cultural de las regiones, tal es el caso de Mundo Maya y Barrancas del Cobre.

Es significativo el fuerte impulso que se le dio al sector turismo durante el sexenio de Ernesto Zedillo en lo concerniente a la investigación, información y la difusión turística por medios electrónicos, aprovechando los avances tecnológicos, la consolidación del Sistema de Información Turística Estatal (SITE) y la creación de la página de Internet de la Secretaría de Turismo. Además, se realizaron acciones para fortalecer la infraestructura de acceso, desarrollar productos dirigidos a nuevos segmentos de mercado como el ecoturismo, turismo de aventura, deportivo y náutico; fomentar la integración de los centros turísticos con sus regiones, para contribuir a elevar el nivel de vida de las comunidades e impulsar el desarrollo sustentable.

Las labores para consolidar y diversificar los destinos turísticos del país no se encontraban en manos de una sola dependencia y esto, enriqueció mucho el manejo y administración del turismo ya que se realizó en coordinación con diversos actores que colaboran para un manejo más adecuado del sector en cada región y cada destino. En lo que respecta a la diversificación de los mercados no hubo grandes avances, Estados Unidos continuó siendo el principal mercado para México. No obstante, en materia de cooperación internacional se fortaleció el papel del sector, nuestro país brindó su ayuda a los países latinoamericanos mediante apoyo tecnológico, capacitación y promoción.

En la administración de Vicente Fox Quesada, los ingresos de divisas provenientes del turismo superaron las expectativas previstas y alcanzaron niveles históricos. El personal ocupado creció considerablemente y el consumo doméstico representó el 81.3% del total. Con la aplicación del Programa Nacional de Turismo 2000-2006 se mejoró la imagen urbana de las localidades y se realizaron obras de mejoramiento en los sitios de interés turístico lo cual ha elevado su atractivo.

Actualmente, el turismo genera el 9% de los empleos formales en el país y representa también el 9% del Producto Interno Bruto como consecuencia, hasta el 2006 México se ubicó en el octava posición mundial de los países más visitados, cuenta con gran cantidad de recursos turísticos y una gran ventaja competitiva con relación a otros destinos europeos, nuestro país es un destino muy atractivo debido a que ofrece gran diversidad de destinos que van desde los desiertos a la selva, las ciudades coloniales, sitios arqueológicos, playas, gran diversidad astronómica y cultural; además de que el tipo de cambio favorece al turista internacional.

Los Programas Nacionales de Turismo creados por las administraciones gubernamentales entre 1982 y 2006 fueron buenos proyectos, pero desarrollados de forma desvinculada uno del otro, con lo cual se puede afirmar que existe falta de continuidad. La constante en dichos programas fue estar centrados en la

promoción de la inversión extranjera y los grandes capitales y no así en la integración social. No obstante, la política turística implementada por Vicente Fox dio un gran paso en la planeación turística al presentarse el Programa de Desarrollo del Sector Turismo 2000-2006 como un programa pensado en corto y largo plazos, pero no bastó con crearlo, se debió trabajar en hacerlo funcionar ya que la diversificación de mercados tan necesaria para el país no se ha podido concretar, EE.UU. sigue siendo el principal mercado para México y los destinos de Sol y Playa siguen siendo el principal producto turístico del país.

Finalmente podemos concluir a través de esta investigación del sector turístico en México del periodo 1982-2006, que el turismo en nuestro país ha mostrado crecimiento favorable en cada administración, los diversos productos turísticos se han engrandecido gracias a programas establecidos para incentivar los polos de desarrollo existentes y para crear nuevos polos, basándose en las nuevas exigencias de los turistas que ya no se conforman solo con el tradicional turismo de "Sol y Playa", el surgimiento de nuevas modalidades como el turismo alternativo, el turismo cinegético, el turismo náutico y deportivo o el turismo de negocios, han hecho crecer esta tendencia.

Sin embargo, estos avances se ven ensombrecidos por algunos problemas como el hecho de que el turismo de sol y playa concentre el 58% total del turismo, lo cual nos indica que no se ha tenido la capacidad para diversificar los destinos turísticos con que contamos, en detrimento del desarrollo eficiente del sector, el cual como podemos apreciar al concluir esta investigación, representa una de las fuentes de mayor importancia en la generación de divisas para cualquier economía y en el caso de nuestro país no se ha aprovechado al máximo el enorme potencial que representan los recursos turísticos con que se cuentan.

Otro problema que se pudo identificar es que la mayor parte del turismo extranjero proviene de EE.UU., lo cual se explica en gran medida por la cuestión geográfica. Sin embargo también se debe a que no se ha trabajado eficientemente las

estrategias propuestas los diversos programas de desarrollo turístico con respecto a la diversificación de mercados. Además la promoción a la inversión extranjera ha sido prioridad en los programas nacionales de turismo y no así la integración social lo cual no resulta extraño pues ha sido la constante a lo largo de los más de 20 años que abarca esta investigación, dejando de este modo como letra muerta muchas de las acciones y disposiciones instrumentadas en la historia del turismo en México.

Una de las grandes conclusiones a las que nos permite llegar la presente investigación, es que a pesar de que en la conciencia de todos los mexicanos está presente que somos un país privilegiado al contar con gran cantidad de recursos susceptibles de explotación turística, esa conciencia no se refleja en el aprovechamiento eficiente y en la aplicación por parte del gobierno, de lo dispuesto en los planes nacionales de turismo lo que se refleja en falta de continuidad, falta de políticas congruentes con los objetivos, desarticulación de los diversos actores que intervienen en el sector turismo, falta de fomento al desarrollo turístico; esta panorámica se puede definir en pocas palabras, de la siguiente manera "falta de credibilidad y compromiso por parte de quienes toman las decisiones en el sector turismo mexicano".

De igual manera se concluye que como sociedad, en México, independientemente de la conciencia de los recursos con que contamos y del potencial económico que representan, el pueblo en general no lo vemos como un bien que nos pertenezca y que debemos cuidar para aprovecharlo razonablemente, por ejemplo, existen playas con gran belleza natural cuyos habitantes viven en pobreza extrema y lejos de orientar sus actividades a explotar el recurso turístico, degradan ecológica y económicamente el lugar.

No hay una visión social de que lo que nos rodea son recursos turísticos y que en lugar de depredarlos debemos cuidarlos y explotarlos razonablemente con organización, tampoco vemos al turista como un promotor del turismo en el

extranjero, no hay conciencia de que un turista satisfecho genera beneficios que implican buena imagen, promoción, generación de divisas, surgimiento de nuevos polos de desarrollo turístico etc.

A pesar de que México se coloca como uno de los principales jugadores en el mercado internacional (al ser el octavo destino en número de turistas recibidos y decimocuarto en captación de divisas por turismo), el turismo nacional (los mexicanos que viajan por el país) sigue siendo el sostén principal de la industria turística mexicana. Esa es una razón de peso para considerar que la política de concientización sobre el impacto que tiene el turismo en nuestra economía, como detonador de desarrollo regional, generador de empleo y captador de divisas, debe comenzar por los nacionales. Ser responsables del cuidado y promoción de los recursos turísticos con los que contamos ya que son un medio de subsistencia y que del cuidado que tengamos de los recursos naturales y de la calidad de los servicios que se ofrezcan al turista, dependerá nuestro bienestar en el corto, mediano y largo plazos.

La toma de conciencia por parte de los mexicanos y de un número cada vez mayor de gobiernos, es la oportunidad para impulsar un nuevo turismo que vea más allá del corto plazo, y que entregue productos comercialmente exitosos, pero de una manera que asegure beneficios tanto a las personas que viajan como a las personas en las comunidades que ellos visitan, así como a sus ambientes, tanto naturales, como sociales y culturales.

Así, las bases para convertir a México en una potencia turística mundial son, por un lado, reconocer su importancia como una prioridad, de manera que se implementen políticas públicas apropiadas que fortalezcan su desarrollo y minimicen los riesgos a los que se enfrenta, y por otro lado, encontrar el balance entre los objetivos de los negocios con el medio ambiente y la integración social.

PROPUESTAS

A través de la información analizada sobre el sector turístico de México en el periodo de 1982-2006, hemos podido comprender el impacto de esta actividad en el desarrollo económico de México. A su vez, se han identificado los principales problemas a resolver, por ello es momento de presentar las propuestas que permitirían a este importante sector lograr: 1) la creación de empleos por concepto de turismo con mejor remuneración económica; 2) aumentar los ingresos a la economía nacional y con ello contribuir a saldar la cuenta corriente de la balanza de pagos; 3) dar continuidad al desarrollo de los centros turísticos existentes y promover la creación de nuevos polos turísticos; 4) proyectar al resto del mundo un turismo mexicano de calidad, en recursos naturales, infraestructura y recursos humanos calificados; 5) que el desarrollo del turismo en el país sea sustentable; 6) la creación de una carrera turística de gran nivel a escala nacional e internacional; 7) que el turismo nacional promueva la integración e identificación nacional y cultural entre los grupos sociales de las diversas regiones del país; 8) aprovechar al máximo todas las modalidades de turismo que hoy se conocen y 9) que todos los actores del turismo se encuentren seriamente involucrados en la planeación estratégica del sector turismo y con ello lograr convertir a México en una potencia turística mundial.

1. Para lograr un avance significativo en la creación de empleos en el sector turismo con mejor remuneración, es necesario que el personal empleado en el sector se encuentre debidamente capacitado. Es tarea del gobierno y los empresarios del ramo, invertir en instituciones de enseñanza y capacitación para los prestadores de servicios turísticos. Para lograrlo es necesaria la creación de una escuela de turismo para la formación del personal que atenderá el sector turismo a todos los niveles, ejemplo: nivel gerencial, de servicios, líderes de proyecto con capacidad de organizar y desarrollar el sector a nivel nacional e internacional.

2. Para aumentar los ingresos a la economía nacional y con ello contribuir a saldar la cuenta corriente de la balanza de pagos se debe procurar que la mayor parte de las divisas que genera el sector turismo permanezcan en el país, una forma de lograrlo es incentivar a los empresarios mexicanos a través de licencias, estímulos fiscales y seguridad para invertir en el país, de esta forma se podrá contar con más recursos nacionales para cumplir los compromisos financieros del país.
3. Para dar continuidad al desarrollo de los centros turísticos existentes y promover la creación de nuevos polos de desarrollo turístico, estos proyectos deben ser pensados para obtener resultados a corto, mediano y largo plazo, para que puedan llegar a consolidarse, además se deben incluir aspectos de desarrollo social, como servicios básicos de infraestructura, tanto para el servicio turístico como para la población local, para que se pueda considerar al turismo verdadero motor de desarrollo.
4. Para proyectar al resto del mundo destinos turísticos de calidad en México, con recursos naturales atractivos, infraestructura adecuada y recursos humanos calificados; es necesario crear conciencia en los mexicanos de la importancia que tiene este sector para la economía personal y del país, es decir como medio de subsistencia para miles de personas y como ingresos para la economía nacional. Una opción es la creación de campañas publicitarias que nos recuerden que debemos ser respetuosos con los recursos naturales y que nos instruyan en el cuidado y conservación de los mismos, se debe también invertir en infraestructura básica de imagen urbana, playas y parques públicos, vialidades, estacionamientos, señalización vial y carretera y en promoción turística. Finalmente los mejores promotores del turismo mexicano serán los turistas totalmente satisfechos.

5. Para que el desarrollo del sector turístico sea sustentable es necesario invertir en infraestructura básica y social (agua, vialidades, vivienda, plantas de tratamiento etc.) que beneficien a la comunidad receptora; se debe dar saneamiento y mantenimiento a las playas ya que son el principal producto turístico del país. Estas inversiones pueden realizarse reinvertiendo parte de los recursos fiscales que se generan en cada destino.

6. Es necesario elevar la competitividad de los destinos y servicios turísticos de lo contrario, se podrían perder empleos, divisas e inversión. Para hacer competitivos los recursos humanos del turismo sería gran utilidad la creación de una carrera turística de gran nivel a escala nacional e internacional que prepare a los prestadores de servicios turísticos en todo el mundo a nivel técnico y superior. Otra opción es que el personal encargado de administrar los recursos turísticos del país tome cursos en el extranjero, principalmente en los países considerados potencias turísticas como Estados Unidos, Francia e Italia; la inversión puede ser cuantiosa pero sin lugar a duda se recuperaría en el corto plazo y los recursos económicos que genera esta actividad podrían incrementarse considerablemente.

7. Para que el turismo nacional promueva la integración e identificación nacional y cultural de los mexicanos que hacemos turismo en el interior del país debemos ser respetuosos de los hábitos, tradiciones, costumbres de cada región y cuidar nuestros recursos naturales, como prestador de servicios turísticos es necesario ofrecer el mismo trato cordial al turista extranjero que al nacional ya que es este último continúa siendo el sostén principal de la industria turística mexicana.

8. Hoy en día el turismo cuenta con diversas modalidades, turismo de aventura, turismo de salud, turismo de negocios, turismo náutico y deportivo, turismo cultural etc. todas ellas estas modalidades deben ser

aprovechadas para diversificar la oferta de productos turísticos del país de acuerdo con los intereses y preferencias de cada mercado. Se sugiere promoción del turismo de aventura al turista europeo que busca nuevas experiencias, turismo cultural al turista asiático que se encuentra interesado de manera especial en la cultura y tradiciones de diversos grupos étnicos del país, o turismo de negocios al turista norteamericano por citar solo algunos ejemplos. La idea es terminar con la dependencia del sector al mercado norteamericano y lograr la diversificación de los mercados que no se ha logrado en cuatro administraciones gubernamentales.

9. Convertir a México en una potencia turística internacional, no es una tarea sencilla dadas las condiciones de competencia en todo el mundo, sin embargo se puede lograr, la premisa es que todos los actores del turismo (empresarios y prestadores de servicios, representantes de estados y municipios, legisladores, organizaciones sindicales, académicas y miembros de la sociedad civil) estén concientes de su responsabilidad y se involucren seriamente en la planeación estratégica del sector, que exista un verdadero compromiso de elevar al máximo el potencial de esta actividad teniendo presente la preservación de los recursos naturales con los que contamos, los cuales así preservados son generadores de los recursos económicos necesarios para concluir esta tarea.

BIBLIOGRAFÍA

- Casparius Rodolfo, Turismo: la opción, Instituto de Estudios políticos, Económicos y Sociales, México 1982.
- De la Torre Padilla Oscar. El turismo: fenómeno social. Fondo de Cultura Económica, México, 1980.
- Fernández Fuster Luis, Introducción al Teoría y Técnica del Turismo, Ed. Alianza Editorial, España, 1985.
- FONATUR, Iztapa Zihuatanejo, un desarrollo turístico en el dorado pacífico, México 1982.
- Getino Octavio, Turismo y desarrollo en América Latina, Limusa , México, 1987.
- González A. Alpuche, Rafael, Temática y Legislación Turísticas, Asociación Nacional de Abogados, Segunda edición, México, 1978.
- Gutiérrez Roa Jesús y Roberto castillo G. Recursos Naturales y Turismo. Ed. Limusa Noriega Editores de México 2000 pp. 225
- Jiménez Martínez Alfonso de Jesús, Turismo. Estructura y Desarrollo, Interamericana, México 1984.
- Jolin_Louis La Ambición del Turismo Social: Un Turismo para Todos sustentable y solidario, Profesor del Departamento de Estudios Urbanos y Turísticos, escuela de ciencias de la Administración. UQAM, Febrero 2002.
- López Porras María del Carmen "La Competitividad por el turismo mundial: El caso de México", México 1992, FCPyS UNAM.
- Lundberg, donald E, Manual de Organización y Administración de Turismo Vol. 1 Ediciones CENTRUM, España, 1986.
- Lundber, Mink H Stavenaga & M. Krishnamoorthy Jonh Wiley and Sons. Inc United States of América 1995. pp. 193
- Muñoz Villareal Carlos, La Innovación dentro de una estrategia sustentable en: Revista de Comercio Exterior, Diciembre 2001 p. 116
- OCEANO UNO diccionario Enciclopédico Ilustrado Edit. Océano, Barcelona 1995 pp.409.

- Ojeda Gómez Mario, Alcances y límites de la política exterior de México. El Colegio de México, México, 1976.
- Pardo Priego Rafael, Avances tecnológicos de la Revolución en los siglos XVIII y XIX "México ante la expansión turística Internacional" FCPYS, UNAM, México 1994.
- Ramírez Manuel. Teoría General del Turismo. Edit. Trillas, 1996.
- Rodríguez López Mario, Teoría General del Turismo, Scott, Foresman and Company. USA, 1982.
- SECTUR Comportamiento Avances y Perspectivas del Turismo en México. Edit. Fondo de Cultura Económica. Primera Edición, México 2006.
- SECTUR, El Turismo Mexicano en el Largo Plazo, Memoria del encuentro Nacional de Turismo, la perspectiva 2020, México Octubre 2000.
- Téllez López Fátima Daniela, Internet en las Relaciones Internacionales: El caso de México, FCPyS UNAM, México 2005.
- SECTUR, Memorias de Labores, Departamento de Turismo, México 1974.
- Torres Gaytán Ricardo, Teoría del Comercio Internacional, Ed. Siglo XXI 13ª Ed. México 1985.
- Torruco Marques Miguel, Historia Institucional del Turismo en México 1926-1988 SECTUR 1988.

HEMEROGRAFÍA

- Revista de Desarrollo Económico Turismo Motor de Desarrollo, Revista de Desarrollo Económico Año 1 No. 11 Noviembre 2001.
- FONATUR, 30 años desarrollando el futuro turístico de México, Revista Líderes Mexicanos, Edición especial Turismo, México, Septiembre 2004.
- Velásquez Carlos, Los paisanos en EU y su potencial Turístico, Reforma, Controversias, 01 mayo del 2007.

DOCUMENTOS

- De la Madrid Miguel Sexto Informe de Gobierno “El turismo Social” Secretaria de la Presidencia, México Septiembre de 1988.
- Estuto de Bureau Internacional de Turismo Social (BITS) de acuerdo a la modificación de la Asamblea General del Congreso de México, Mayo 2002.
- FAO (1995) Programas de Acción Forestal nacionales, Actualización N.32. Roma, Italia.
- INEGI-SECTUR, Cuenta Satélite de Turismo de México 1998-2003., México, 2003.
- Organización Mundial de Turismo, Barómetro del Turismo Mundial, Vol. 3, No.2 Junio 2005.
- SECTUR, Programa Nacional de Turismo 2001-2006, México, 2001.
- SECTUR, Informe de Labores 1995-1996, México 1996.
- SECTUR, Plan Nacional de Modernización del Turismo 1991-1994. México, 1991.
- SECTUR, Programa Nacional de Turismo 1984-1988, México, 1984.
- SECTUR, Informe de Labores de la Secretaría de Turismo, 1982-1983. México, 1983.
- SECTUR, Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, México, 1995.
- SECTUR, Informe de Labores de la Secretaría de Turismo 1999-2000, México, 2000.
- SECTUR, Subsecretaría de Planeación, Dirección General de Política y Programas Sectoriales, México 1988.
- SECTUR, Unidad de Política Turística, Informe de labores de la Secretaría de Turismo 1994-1995, México 1995.
- SEGOB, Sexto Informe de Gobierno de Carlos Salinas de Gortari, Gobierno de la República, México 1994.
- SEGOB, Sexto Informe de Gobierno Ernesto Zedillo Ponce de León 1999-2000., México 2000.

FUENTES ELECTRÓNICAS

- Redacción EL UNIVERSAL. México: tierra de maravillas [en línea]: Ciudad de México, 09 de julio de 2007.
<<http://www.eluniversal.com.mx/notas/435794.html>> login: bn (consulta septiembre 2007).
- Maribel Osorio García. La teoría de los sistemas aplicada al turismo [en línea]: 27 de noviembre 2005.
<<http://pensandoturismo.com/template.php?archivo=osorio.htm>> login: bn (consulta: 17 marzo de 2006).
- Ley Federal de Turismo [en línea]:
<<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/119.pdf>>, login: bn (consulta: Febrero 2007).
- Art. 13 de la Declaración de Montreal 2001. [en línea]:
<<http://www.turisos.net/social/montreal.htm>>, login: bn (consulta: 17 Mayo de 2006).
- Foro para el turismo sustentable. Hacia una visión humana y social del turismo. [en línea]: ><http://www.turisos.net/social/index.html>>, login bn (consulta 09 de mayo de 2005).
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Ley Federal de Turismo [en línea]: 06 Junio 2000.<<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/119.pdf>> login: bn (Consulta: Octubre de 2007).
- Hablemos de sostenibilidad [en línea] : 12 de Septiembre de 1997.
<<http://www.flora.org/sustain/español-Hablemos.shtml>> login: bn (consulta: 19 febrero de 2006).
- Naciones Unidas- Centro de información. “Medio Ambiente y desarrollo sostenible” [en línea]: 27 de abril de 2007.
< http://www.cinu.or.mx/temas/des_sost.htm>, login: bn (consulta: 05 de junio de 2007).
- Cumbre para la Tierra: Un futuro sostenible. [en línea]: Nueva York, 27 de Junio de 1997. <<http://www.un.org/spanish/conferences/cumbre&5.htm>>, login: bn (consulta 05 de Junio de 2007).
- Carta de Lanzarote, conferencia mundial de turismo sostenible. [en línea]: Islas Canarias, España, abril de 1995.
<<http://www.turismoresponsable.net/pdf/carta%20lanzarote.pdf>>, login: bn (consulta junio de 2007).

- Turismo Cultural. [en línea]: México D.F.
<http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sec_turismo_cultural>. (consulta Mayo de 2007).
- Definición de Ecoturismo [en línea]: 06 febrero de 2007.
<<http://www.ciberamerica.org/Castellano/Areas/turismoecoturismo/definicion/ecoturismo.htm>> login: bn (consulta: 11 de Junio de 2007).
- ¿Qué es la espeleología? [en línea]
< <http://espeleo.galeon.com/quees.html>>, login: bn (consulta: 11 de Junio de 2007).
- Rangel Rafael. Los movimientos ambientales en América latina como respuesta sociopolítica al desarrollo global [en línea]: Maracaibo, octubre de 2005. <<http://www.2bvs.org.ve/scielo.php>,> login: bn (Consulta: 11 de Junio de 2007).
- SECTUR. Turismo Cinegético [en línea]: Junio del 2006.
<http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_9191_turismo_cinegetico>, login : bn (consulta: Julio del 2006).
- OEA. Congresos Interamericanos de Turismo [en línea]: San José, Costa Rica, 31 de enero de 1997.
<<http://www.oas.org/tourism/docnet/latc1sp.htm>>, login: bn (consulta: Junio de 2005).
- OMT. Impactos económicos socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo. [en línea]: Agosto del 2004.
<http://www.worldtourism.org/index_s.php,> login: bn (Consulta: Febrero del 2006).
- OMT, Tendencias de los mercados Turísticos del Mundo, 1985-1994,1995 [en línea]: <<http://www.omt.org>> login:bn (consulta: Junio 2006).
- World Tourism Organization. Internacional Tourism receipts by country of destination [en línea]: Noviembre del 2005.
<<http://www.worldtourism.org/fscts/menu.html>> , login: bn (consulta: 11 de septiembre de 2006).
- SECTUR, Desarrollo del turismo en México [en línea].
<http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_705_desarrollo_del_turi>, login: bn (consulta 05 de Octubre de 2006).
- Quinto informe de ejecución Vicente Fox [en línea]:
<<http://nnd.presidencia.gob.mx>>, login: bn (Consulta 22 Julio de 2006).

- Turismo/ bares y discotecas, [en línea]:
<http://www.mexicoweb.com.mx/Turismo/Bares_y_Discotecas/>, login: bn
(consulta: 08 de octubre de 2007).
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, "Políticas públicas y gestión gubernamental de la administración vigente", en *Turismo* [en línea]: Actualización: 28 de abril de 2006, <www.diputados.gob.mx/cesop>, login: bn (Consulta 10 Agosto de 2007).
- Consejo de Promoción Turística de México, [en línea]: México, 12 de Diciembre de 2005. <www.cptm.com.mx/>, login: bn (Consulta 10 Agosto de 2007).
- Comisión Ejecutiva de Turismo (CET) [en línea]: México, 12 de diciembre de 2005. <www.sectur.gob.mx/wb2/sextur/sect_246_comision_ejecutiva>, login: bn (Consulta: 19 Agosto de 2007).
- SECTUR, Centro integral de atención al turista, asistencia y auxilio turístico en carreteras [en línea]:
<http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_9453_angeles_verde> login: bn
(consulta: 10 de octubre de 2007).
- Reglamento de establecimientos de hospedaje campamentos y paraderos de casas rodantes. [en línea]: México, 20 de Agosto de 1984.
<http://www.mwxicocity.gob.mx/media/pdfs/reg_estab_hosp_camp_casas_df_06.pdf> login: bn (consulta: 16 de Octubre de 2007).
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Ley Federal de Turismo, artículo II [en línea]: 06 junio de 2000.
<<http://www.diputados.gob.mx/leyesbiblio/pdf/119.pdf>> login: bn (Consulta 19 octubre de 2007).
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, Turismo, México, 23 de marzo de 2006.
<http://archivos.diputados.gob.mx/centros_estudio/cesop/eje_tematico/2_turismo.htm>, login: bn (consulta: octubre de 2007).
- David W Pearce, Diccionario de economía moderna del MIT [en línea]: 2002. <<http://www.bcct.unam.mx/libros.htm>>, login: bn (consulta octubre de 2007).
- OCEANO UNO diccionario enciclopédico ilustrado, Edit. Oceano, Barcelona, 1995, s/p [en línea]: <<http://www.wordreference.com>>, login: bn (consulta 12 de agosto de 2007).

- SECTUR, Acerca del Programa Paisano [en línea]: <http://www.paisano.gob.mx/acerca.php?id_101>, login: bn (consulta: 22 de octubre de 2007).
- Indicadores Internacionales de turismo, [en línea]: 25 de agosto de 2006.<http://archivos.diputados.gob.mx/centros_estudio/cesop/indicadores/internacionales/indi_turismo002.htm>, login:bn (consulta: octubre de 2007).
- OMT, Tendencias de los Mercados Turísticos del Mundo 1985-1994 [en línea]: 1995 <http://www.omt.org/tendencias_mundiales_turismo.html>, login: bn (consulta 27 Agosto de 2007).
- CPTM, ¿quiénes somos?[en línea]: <http://www.cptm.com.mx/wb/CPTM/CPTM_quienes_somos>, login:bn, (consulta: 23 de octubre de 2007).
- SECTUR, Tianguis Turístico [en línea]: México, 15 de junio de 2000. <http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_810_tianguis_turistico> login:bn, (consulta: octubre de 2007.)
- SEGOB, Segundo Informe [en línea]: <<http://www.segundo.informe.fox.presidencia.gob.mx>> (consulta: octubre de 2007).
- SECTUR, Visite México [en línea]: <http://www.visitmexico.com/wb2/visitmexico/visi_destinos_turis> login: bn (consulta: 23 octubre de 2007).
- SECTUR, “Programas y proyectos” [en línea]: México, 25 noviembre de 2005.<www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Programas_y_Proyectos> login: bn (consulta : 05 septiembre de 2007).
- SECTUR, “Indicadores turísticos, personal ocupado”, [en línea]: México, 14 de diciembre de 2005. <http://datatur.sectur.gob.mx/jsp/consulta_nacional.jsp>, login: bn (consulta: 23 septiembre de 2007).