



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES, ARAGÓN.

“ANÁLISIS DEL PROGRAMA MÉXICO NORTE
CONTENIDO EN EL PROGRAMA NACIONAL DE
TURISMO 2001-2006”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO EN RELACIONES
INTERNACIONALES**

P R E S E N T A:

ESTHER CONSTANTINO SÁNCHEZ.

ASESOR: DR. CARLOS EDUARDO LEVY VÁZQUEZ

MÉXICO

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.

Gracias a la vida por permitirme cerrar este ciclo en mi vida.

Evelia Sánchez Olalde y Rafael Constantino Rosas.

Mis padres, el más profundo agradecimiento por su amor y apoyo incondicional en todos los proyectos de mi vida.

Alejandra Constantino Sánchez y Rafael Constantino Sánchez.

Mis hermanos, porque hemos estado juntos en las buenas y en las malas y son testigos de este esfuerzo.

Valeria Archundia Constantino y Natalia Archundia Constantino y mis cuñados.

Porque son parte de mi familia y que para mis sobrinas sirva de ejemplo para lograr las metas que nos proponemos.

Lic. Rafael Constantino Sánchez.

Mi más especial gratitud a mi hermano por levantarme en muchas ocasiones de la decidía que en ocasiones mostré.

Dr. Arturo García Aguilar.

Gracias a ti por tu apoyo, comprensión, amor y ayuda, por estar hombro con hombro en todo momento.

Arturo García Constantino y Pablo García Constantino.

Quienes son el motor que me impulsa siempre y en cada momento, en todos los proyectos de mi vida.

Lic. Daniel Aceves Villagrán.

Eres un ejemplo de tenacidad, honestidad y valor. Gracias por tu amistad y por el apoyo recibido a lo largo del tiempo.

Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Estudios Superiores, Aragón.

Por haberme dado la oportunidad de forjarme un mejor futuro y permitirme pensar libremente, por darme las mejores herramientas para un mejor proyecto de vida, gracias por haberme abierto las puertas para formar parte de ésta, mi máxima casa de estudios.

Dr. Carlos Eduardo Levy Vázquez.

Mi mayor admiración, respeto y reconocimiento, por brindarme su apoyo, conocimiento, enseñanza y paciencia para la culminación de mi tesis.

A mis sinodales, con respeto.

Por su conocimiento y tiempo requerido para la culminación de mi trabajo.

A todas las personas que en el camino de mi vida he encontrado y me han brindado su apoyo, comprensión y sabiduría.

GRACIAS.

ANÁLISIS DEL PROGRAMA MÉXICO NORTE CONTENIDO EN EL “PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO 2001-2006”

ÍNDICE

Página

INTRODUCCIÓN.....	I-VI
-------------------	------

CAPÍTULO PRIMERO

EL ORIGEN HISTÓRICO DEL TURISMO

1.1. El origen del turismo y su clasificación.....	1
1.2. El concepto de turismo.....	5
1.3. La importancia del turismo.....	10

CAPÍTULO SEGUNDO

POLÍTICAS DE GOBIERNO EN EL PERIODO 2001-2006

2.1. Las políticas de gobierno en el periodo 2001-2006.....	13
2.1.1 Agenda Legislativa.....	14
2.1.2. Agenda para la mejora regulatoria y la facilitación.....	17

2.1.3. Infraestructura y desarrollo.....	22
2.1.4. Política Fiscal.....	26
2.1.5. Política Ambiental.....	27
2.1.6. Seguridad.....	28
2.1.7. Financiamiento.....	30
2.1.8. Profesionalización.....	31
2.2. Los Programas Regionales.....	33

CAPÍTULO TERCERO

PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO 2001-2006

3.1. El programa nacional de turismo 2001-2006.....	39
3.1.1. Programa Mundo Maya.....	40
3.1.2. Programa Tesoros Coloniales.....	40
3.1.3. Programa Mar de Cortés-Barrancas del Cobre.....	41
3.1.4. Programa Pueblos Mágicos.....	42
3.1.5. Programa México Norte.....	43
3.1.6. Programa Ruta de los Dioses.....	44
3.1.7. Programa en el Corazón de México.....	45
3.1.8. Programa Centros Playa.....	46
3.2. El Programa México Norte.....	47
3.3. Líneas estratégicas del turismo en la frontera norte.....	49
3.4. Mejoramiento de los servicios al turista.....	50
3.5. La infraestructura en apoyo al turismo.....	52

3.6. Promoción y comercialización de la región.....	54
3.7. Los segmentos de mercado en la frontera norte.....	55

CAPÍTULO CUARTO

ACCIONES PARA IMPULSAR EL TURISMO EN LA FRONTERA NORTE

4.1. Acciones para impulsar el turismo en la frontera norte.....	59
4.2. Apoyo y desarrollo de atractivos que complementen la oferta turística de la frontera norte.....	62
4.3. Incremento de los niveles de las empresas prestadoras de servicios turísticos.....	68
4.4. Fomento a la aplicación de programas de calidad y certificación en instalaciones y servicios.....	72
4.5. Promoción del fortalecimiento de valores a través de la cultura regional, artesanal y gastronómica.....	76
 CONCLUSIONES.....	 83
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	86
BIBLIOGRAFÍA Y HEMEROGRAFÍA.....	88
MESOGRAFÍA.....	91

INTRODUCCIÓN

La riqueza cultural económica e histórica de México es singular. Al ver sus majestuosas construcciones, nos damos cuenta del esplendor que tuvieron en su momento las ciudades milenarias convertidas en icono de la fuerza de su pasado ancestral.

Por otro lado sus hermosas playas que rodean al país, son conocidas internacionalmente ya que son un atractivo natural y único para los vacacionistas.

Una región única en atractivo y belleza especial son las zonas fronterizas de nuestro país, ya que al Sur nos encontramos con el resto de América Latina y al Norte con Estados Unidos de América.

México encierra un potencial de desarrollo basado en la gran diversidad de paisajes, culturas, e historias regionales. El aprovechamiento de estos recursos naturales, culturales y humanos favorece, sin duda, el crecimiento sostenido en la nación para beneficio de todos sus habitantes.

Se pretende hacer un análisis objetivo del Programa México Norte, desarrollado por la Secretaria de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales y gobiernos estatales y municipales de la región, contribuyen a revalorar el gran valor de atractivos y bellezas de la región fronteriza aunados todos los recursos representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros; el programa en si, apenas nace con el sexenio anterior (2001-2006) y como tal lleva implícito el reconocimiento de que falta un largo trecho por recorrer.

Para poder comprender el programa se debe conocer y señalar la fortaleza de los estados de la "Frontera Norte de México" como un destino turístico atractivo, seguro, con servicios de calidad y con una clara identidad nacional, coadyuvando a la creación de empleos, a la captación de divisas y al fomento del desarrollo económico y social de la región.

La frontera norte de nuestro país tiene una extensión de poco más de 3,000 kilómetros; comprende seis estados de la Republica Mexicana que son: Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas y colinda con los cuatro estados de la Unión Americana que son: California, Arizona, Nuevo México y

Texas. Nuestra zona fronteriza es singular en todos los aspectos ya que es la puerta de acceso al llamado “Primer Mundo” y al tan anhelado “sueño americano” que muchos de nuestros paisanos creen poder alcanzar.

La proyección que se le pretende dar a los Estados que conforman nuestra frontera en materia turística, resulta muy atractiva en el proyecto, pero la actual situación es complicada, el recrudecimiento de enfrentamientos violentos que hay en la frontera (y en otros Estados) por parte de los diferentes cárteles es grave.

De tal forma que la violencia registrada en algunos Estados fronterizos trae como consecuencia, la falta de empleos en la región, afectando económicamente a los habitantes y al turismo, agregando a esta situación las recomendaciones de alerta por parte del actual gobierno estadounidense a sus ciudadanos de no visitar nuestro país

El gobierno mexicano debe crear un plan eficaz de seguridad, donde se vea el interés real del gobierno federal, estatal y municipal para poner orden en materia de seguridad, logrando un destino turístico seguro para los nacionales, extranjeros y habitantes de la región.

Así el gobierno gozaría de credibilidad y confianza por parte de los ciudadanos e inversionistas para tener servicios de calidad en la región con una clara identidad nacional coadyuvando así a la creación de empleos, a la captación de divisas y al fomento del desarrollo económico y social de la región.

Como ya hemos mencionado anteriormente los problemas de la frontera son diversos entre ellos el compartir frontera con nuestro poderoso y gran vecino, Estados Unidos, tras haber ocurrido los atentados del 11 de septiembre, ha puesto especial empeño en cuidar a tal extremo su frontera, (resultando paranoico su proceder, cuidándose al máximo de todos los países e inmiscuyéndose en asuntos donde pueda sacar provecho manejando como siempre su doble moral).

Desde ese momento la seguridad de Estados Unidos pasó a primer plano en la preocupación de su gobierno, y con ello el control y vigilancia estricta en su frontera con México.

No obstante estos sucesos cambiaron la vida de las ciudades fronterizas y la de sus habitantes, tanto en Estados Unidos como en México cuya relación y dinamismo se han recrudecido aun más las tensiones y los problemas entre estos dos países.

Mi tesis la fundamento en la teoría de los juegos; las situaciones estratégicas son el tópico de está, los elementos son los siguientes: la recompensa de cada uno de los agentes y para cada uno de ello existe un grupo de elecciones y de estrategias posibles.

Esto lo ejemplifico de la siguiente manera: al desarrollar el Gobierno Federal el Programa Turístico y en especial el de la “Frontera Norte”, los Estados que conforman el norte del país, gozarían de altos beneficios económicos, desarrollo de infraestructura y una fuente importante de empleos ya que tendrían mayor promoción a nivel nacional e internacional, todo este beneficio repercutiría en la economía nacional ya que existiría una mayor derrama económica para el país y esto se traduciría en beneficio de las familias mexicanas

Ahora bien, el objeto principal de mi investigación se refiere al análisis del programa México Norte, contenido en el Plan Nacional de Turismo en el periodo (2001-2006), y en especial determinar la fortaleza de los Estados de la Frontera Norte de México como un destino turístico atractivo, seguro, con servicios de calidad y con una clara identidad nacional, coadyuvando a la creación de empleos, a la captación de divisas y al fomento del desarrollo económico y social de la región.

Los objetivos específicos de la presente investigación se refieren a: analizar la aplicación del programa, evaluar la buena aplicación y contenido de éste, definir a los Estados de la frontera como destinos turísticos atractivos, seguros y con servicios de calidad, y conocer el desarrollo económico y social de la región. Además, de comprender que el programa fronterizo se desarrolló para los Estados de esa zona y que cada programa regional es diferente por la geografía del país.

También revisaremos el contenido de este mismo, describiremos el desarrollo económico y social de la región, estableceremos el alcance que tiene este programa en la sociedad fronteriza, señalaremos los aciertos e inconvenientes en la aplicación, y daremos una propuesta para darle continuidad a este programa o un mejor apoyo a largo plazo, para el mejor desarrollo turístico, económico y social de la región.

Por lo tanto, la hipótesis principal de mi investigación será: “El Programa Frontera Norte sí cumple con todos los objetivos necesarios para el desarrollo de la frontera norte de los Estados que la conforman y como consecuencia el desarrollo del país”.

Además de esta hipótesis surgen otras interrogantes como son:

¿El programa sobre la frontera norte es aplicable sólo para el sexenio pasado?

¿Este programa abarca todos los puntos necesarios para el desarrollo del turismo en la frontera norte?

¿Este programa es atractivo a nivel nacional?

¿La seguridad pública es importante para el desarrollo de este programa?

¿El impulso de la infraestructura es importante para el desarrollo de este programa y en general del turismo?

¿Cuáles son los medios necesarios para el desarrollo de este programa?

¿El actual gobierno federal debe seguir este modelo de programa o debe modificarlo?

Para el desarrollo de estos puntos abordaremos los antecedentes del turismo ya que consideramos que gran parte de los sucesos contemporáneos tienen causas históricas, además de mencionar primeramente la evolución del turismo, a través de diferentes sucesos que ha sufrido la humanidad.

Es así como el turismo es convertido en un bien de consumo y en torno a él ha crecido una poderosa industria donde el cliente debe comprar su placer como un estatus.

De tal forma que el turismo da origen a un conjunto de relaciones, servicios e instalaciones generadas en virtud de los desplazamientos humanos en donde el turista es quien origina esa interacción convirtiéndose en el eje central de esta actividad. Dada la importancia y desarrollo del turismo como tal ha provocado que varios países se interesen en sus repercusiones económicas, políticas y socioculturales

Uno de los factores benéficos del turismo es que es generador de empleos por su capacidad de utilizar mano de obra en gran escala, no solo 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.

Posteriormente daremos una breve explicación sobre los programas de apoyo del anterior Presidente Constitucional de México el Lic. Vicente Fox Quesada (periodo 2000-2006), en materia turística. Este programa de apoyo se subdivide a su vez en siete programas regionales existentes en el Plan Nacional de Turismo logrando así mayores logros y beneficios en las diferentes zonas del país.

El desarrollo y conducción de Programas Regionales para el desarrollo turístico es logrado con la participación de los estados y municipios impulsando de manera preferente aquellos proyectos turísticos que, por sus beneficios de recuperación de inversión y fuerte crecimiento de su demanda se han considerado como exitosos.

El análisis en materia turística del programa frontera norte constituye un área estratégica de oportunidades, es detonadora del crecimiento económico y social para el país, incluso puede servir como modelo de desarrollo nacional, todo esto mediante la coordinación de esfuerzos del gobierno federal, estatal, municipal y judicial.

El Programa Frontera Norte pretende mejorar la calidad y los servicios turísticos de la región aunado a otros sectores e instituciones dando capacitación y competitividad a los recursos humanos y a los establecimientos, vinculados con el sector, buscando la excelencia y calidad de la enseñanza turística en México.

Asimismo, trataremos de desarrollar brevemente los puntos importantes del Programa Nacional de Turismo, comprendido entre los años de 2001-2006 y que abarca los programas siguientes: Programa Mundo Maya, Programa Tesoros Coloniales, Programa Mar de Cortés-Barrancas del Cobre, Programa Pueblos Mágicos, Programa México Norte, Programa Ruta de los Dioses, Programa en el Corazón de México y Programa Centros Playa. También analizaremos los puntos contenidos en el Programa Frontera Norte.

El turismo en México ha ido en ascenso a través de los programas que promocionan a las ciudades coloniales, las zonas arqueológicas, las playas y la convivencia con la naturaleza. No obstante, aún falta trabajo para promover una actividad turística más consistente y menos lesiva para los recursos, que representa la materia prima del sector.

También daremos algunas acciones para el desarrollo de la frontera, ya que es un área de oportunidad para obtener la mayor captación de recursos económicos y por ende, un mejor desarrollo de la infraestructura y desarrollo turístico del país.

Por otro lado, uno de los temas que van ligados a la promoción del sector es el de el fomento de la aplicación de diversos programas en apoyo al turismo que esta a cargo de el Consejo de Promoción Turística de México, el cual 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. La actividad turística es desarrollada por los tres diferentes niveles de gobierno federal, estatal y municipal, además de la participación de prestadores de servicios.

Nuestro país es único y nuestra frontera es sin igual ya que en ella se extiende una línea de aromas, sabores y tradiciones que son parte de nuestro patrimonio regional.

Es muy importante que los habitantes fronterizos no pierdan su identidad siguiendo con las tradiciones y religiones ancestrales legadas por nuestros antepasados.

Sería bueno que los gobiernos de los Estados fronterizos ayuden a la realización de prácticas y manifestaciones culturales de la región noreste de México que coadyuven a comprender el perfil cultural e identidad, nacional ya que si se van perdiendo poco a poco nuestras costumbres vamos perdiendo identidad.

La pérdida de estos valores y costumbres repercute mucho más a los habitantes fronterizos, por tener contacto tan cercano con otra cultura se van perdiendo o mezclando las costumbres, idioma, religión, etc.

Finalmente, nuestro interés en el tema de esta investigación se refiere precisamente a que deben de tener continuidad los programas anteriormente descritos y muy especialmente el Programa Frontera Norte, ya que de mantenerse, podríamos tener una economía fuerte, una buena infraestructura turística y una derrama importante de empleos derivado todo esto del turismo fronterizo.

Para concluir esta investigación, externaré una opinión con relación a la información obtenida: que la mayor parte de la información se logró por Internet ya que la información en libros, periódicos, revistas o cualquier otro medio son muy recientes y en ocasiones no es muy precisa. Además para lograr ampliar la información que tenía acudí a la biblioteca del Colegio de México.

CAPÍTULO PRIMERO

EL ORIGEN HISTÓRICO DEL TURISMO

1. EL ORIGEN DEL TURISMO Y SU CLASIFICACIÓN

Para conocer sobre su origen existen varias especialidades en el estudio del turismo mismas que varían en sus interpretaciones; *“para algunos nació en la antigüedad clásica, para otros a fines del siglo XVIII, o a mediados del siglo XIX”*.¹ A pesar de no considerar necesario el acopio de datos que la historia cita, creemos que es importante esbozar los datos necesarios para de esta forma procurar el mejor entendimiento del turismo en su etapa contemporánea.

Si comenzamos por relacionar al turismo con el tránsito de forasteros, en sentido estricto, encontraremos que es *“el transporte de personas, que temporalmente se ausentan de su domicilio habitual, para satisfacción de exigencias vitales o culturales o de deseos personales de diverso tipo”*.² De ahí que nos remontaremos a épocas pasadas en donde los peregrinos motivados por diversos factores, como los religiosos, emprendían largos viajes desafiando múltiples peligros y fatigas para llegar a su destino.

Dentro de la antigüedad clásica, los viajes de descanso eran ya practicados por las clases aristocráticas de los griegos y romanos, a pesar de que en esta época no existía hospedaje y tanto el transporte como los caminos eran lentos e inseguros. Sin embargo existían otro tipo de viajes como los religiosos, bélicos y hasta deportivos *“se acostumbraba en todo el mundo helénico, para participar o sólo presenciar las competiciones deportivas que tenían lugar cada cuatro años en Olimpia. Se llegaba inclusive a practicar treguas en las guerras”*.³

¹ Moreno Toscano, Octavio. El turismo como factor político en las Relaciones Internacionales. p.67.

² Artículo Frenndenverkehr en el Handwörterbuch der Staatswissenschaftew. Vol. IV, Jena, 1929. (Citado por Hans Knebel. Sociología del Turismo. p. 4.

³ De la Torre Padilla, Oscar. El Turismo Fenómeno Social. p. 12.

Dentro de este marco histórico cabe resaltar que la diplomacia romana efectuaba constantes viajes con el fin de cerciorarse más a fondo de costumbres, forma de vivir y organización política de los pueblos germanos; sin embargo no era el único tipo de viajes que se realizaban durante esta etapa, también existían los viajes de comercio de artículos de lujo a través de la frontera romana-germánica. Es entonces que económica y políticamente, por medio del intercambio comercial y la intervención diplomática, la presión romana aceleró la evolución de los pueblos germanos, los cuales a largo plazo, y aunado a la decadencia del imperio romano, lograron el desmembramiento del mismo imperio.

Cabe mencionar que pese a la etapa de transición, los viajes seguían existiendo *“después del caos que siguió a la caída del imperio romano, tenemos conocimiento que de un buen número de viajeros, intrépidos que recorrían por tierra desde el báltico hasta la China Meridional y seguían rutas ya establecidas para intercambios comerciales”*.⁴

Dentro de la Edad Media, encontramos cierto estancamiento en las artes y en la ciencia. Casi todo giraba en torno a lo religioso, aún los viajes, los cuales se caracterizaban por grandes grupos de individuos de distintas religiones, que se desplazaban hacia lugares santos.

Hacia principios del siglo XV, en la época del Renacimiento, comienza el surgimiento de las artes y las ciencias de aquella época oscura del medioevo, donde se habla del “hombre universal”, el conocimiento demandaba más de lo existente dentro de las fronteras de cada país *“Con el Renacimiento, volvió a despertarse la curiosidad por conocer al mundo, y las leyendas sobre reinos fabulosos allende los amares y los descubrimientos geográficos, aceleraron la movilidad en las sociedades europeas”*.⁵

En el siglo XVII, la concepción de los viajes cambia, obviamente influenciada por la misma sociedad impregnada de refinamiento, el arte y la cultura, esto provoca que al viajar con todo y sus limitantes y problemas, sea sinónimo de estatus elevado de las clases burguesas, estamos hablando de la época del “Grand Tour” en donde aquellos jóvenes ricos veían el viajar como parte fundamental en su educación. *“El siglo XVIII, es el siglo del Gran Tour aristocrático, en donde se busca la aventura... Para este siglo la burguesía es independiente y rica tiene al viaje como parte de una formación que le proporcionara cultura y status”*.⁶

No obstante que hemos estado mencionado que durante toda la evolución del hombre siempre han existido los viajes, por infinidad de motivos u objetos, creemos que también es fundamental mencionar que este tipo de viajes, por sus características, representaban un alto grado de riesgo y tiempo por las carencias en los transportes, carreteras y por la incipiente infraestructura de hospedaje, además

⁴ De la Torre Padilla, Oscar. El Turismo Fenómeno Social. p.12.

⁵ Moreno Toscano, Octavio. Op. cit p.67.

⁶ Jiménez Martínez, Alfonso. Turismo: Estructura y Desarrollo. p. 4.

del alto costo económico, con lo cual sólo los viajes podían realizar aquellas clases pudientes, es decir, eran viajes individuales *“todos esos viajes siempre eran largos, poco confiables y peligrosos en algunas ocasiones, y en la mayoría de los casos costaban una fortuna. Estas características establecen diferencias sustanciales entre los viajes de aquellos tiempos y los de la actualidad”*.⁷

Este fundamento lo utilizaremos ahora para dar entrada a la segunda mitad del siglo XIX, en donde se dan las bases para el turismo contemporáneo, los avances tecnológicos juegan un papel importante en el ámbito del trabajo. *“Las nuevas técnicas de producción inician aburrido el trabajo y monótona la vida cotidiana y la alienación e insatisfacción empezaron a manifestarse empujando a los obreros a agruparse en busca de mejores condiciones de vida y a demandar mayor descanso y tiempo de ocio...”*⁸

Sin embargo los alcances tecnológicos no solamente provocaban la necesidad de descanso ni que el obrero pudiera tener mayor tiempo libre (no olvidemos que los viajes seguían siendo largos y ciertamente costosos), de ahí que la importancia de dichos avances tecnológicos también hayan cambiado la concepción de lo que conocemos como viaje *“la utilización del vapor en los barcos y en la locomotora, y la industrialización de Inglaterra, permiten empezar a experimentar cada vez un mayor número de desplazamientos por Europa” [...] su desarrollo se acrecentará en proporción directa a los cambios tecnológicos y sociales que de los nuevos avances se desprenden”*.⁹

Ahora bien, con estos argumentos no pretendemos demostrar el cambio radical en el turismo, más bien, como mencionamos anteriormente, sólo dieron las bases, que se irán perfeccionando hasta su culminación en el siglo XX. Esa etapa fue como denominaría De la Torre Padilla: *“época de transición”*.¹⁰

A principios del siglo XX, los viajes terrestres de corta o mediana distancia seguían siendo fundamentalmente en tren y aquellos viajes transcontinentales únicamente eran en barco; entonces viene uno de los momentos coyunturales importantes: La Primera Guerra Mundial y con esto se aceleró la evolución de dos medios de transporte que hoy por hoy son fundamentales en las comunicaciones del hombre moderno: el automóvil y el avión.

En primer plano encontramos el automóvil el cual, después de su implementación por Ford comenzó su perfeccionamiento y obviamente su producción en serie, lo cual provocó que mayor número de personas tuvieran acceso a este vehículo *“... se pone al auto al alcance de todos y con ello la posibilidad de los desplazamientos independientes y cada vez a mayores distancias”*.¹¹

⁷ De la Torre Padilla, Oscar. Op. cit., p. 14.

⁸ Moreno Toscano, Octavio. Op. cit., p. 14.

⁹ Jiménez Martínez, Alfonso. Op. cit., p. 4.

¹⁰ De la Torre Padilla, Oscar. Op. cit., p. 21.

¹¹ Jiménez Martínez, Alfonso. Op. cit., p. 6.

Tenemos que hacer énfasis en este punto, ya que la evolución del automóvil se da con mayor auge en los Estados Unidos, pues este país se encontraba muy distante de la conflagración mundial en Europa; sin embargo en este mismo continente los vehículos automotores tomaron importancia después de este suceso: *“Los vehículos excedentes de la Segunda Guerra Mundial se fueron adaptando para el transporte y entre 1918 y 1920, los ingleses comenzaron a realizar excursiones, en autobús, a los campos de batalla en Francia”*.¹²

Por otro lado encontramos el avión, cuya invención a principios de siglo influyó en los viajes transcontinentales. A diferencia del automóvil, su importancia a principios del siglo XX, se deriva primordialmente de su carácter bélico; su evolución se aceleró con la Segunda Guerra Mundial. *“Con la evolución sufrida a causa de Gran Guerra, el avión llegó a ser un instrumento seguro y útil de transporte, el más socorrido en nuestros días por el turismo a largas distancias”*.¹³

La importancia de estos dos medios de transporte, no solamente se representa en el incremento de desplazamientos en forma masiva, sino en la reducción del tiempo y costo del viaje. Creemos definitivamente que también su importancia radica en el desarrollo de otras áreas, como la creación de infraestructura; es decir, en el caso específicamente del automóvil no únicamente se necesitaba del vehículo para transportarse, para su uso también era necesaria la creación de carreteras y con esto se derivó la necesidad de construcción de los hoteles. El avión por su parte tendría más tiempo para este desarrollo (después de la Segunda Guerra Mundial), en donde se desarrollarían aeropuertos en otros países aunado a la creación de cadenas hoteleras en los destinos dónde llegara la aerolínea.

En el proceso de desarrollo del avión (si bien es cierto que tardó más tiempo que el del automóvil), su influencia rebasó totalmente las fronteras de cualquier país. En pocas palabras, el automóvil aceleró la infraestructura nacional y el avión la infraestructura a nivel internacional.

Aunque hemos hablado del aspecto tecnológico en el siglo XX, creemos que el aspecto económico-social de principios de siglo, es tanto o más importante que el tecnológico ya que era necesario que aquellas masas de trabajadores pudieran realizar los viajes para que los medios de transporte tuvieran mayor auge: *“Hacía falta, que se creara un gran mercado de clase media capaz de cubrir los costos de los viajes. Era necesario que se resolvieran los problemas esenciales de la sociedad antes de que sus miembros pudieran viajar...”*¹⁴

¹² Acerenza, Miguel Ángel. Administración del Turismo. Vol. I., p.67.

¹³ Moreno Toscano, Octavio. Op. cit., p. 70.

¹⁴ Íbidem. p.69.

“Fueron muchos los factores, además del transporte, que contribuyeron a este desarrollo. La paz que sobrevino después de la guerra, el aumento del nivel de vida de la clase media y trabajadora, la generalización de las vacaciones pagadas...”¹⁵

Podríamos concluir históricamente hablando del origen del turismo diciendo que en la Segunda Guerra Mundial, todos los aspectos tecnológicos, económicos, sociales y políticos tienen su culminación, para dar pauta a una nueva etapa que sería el turismo internacional contemporáneo. Donde en un principio analizaremos como se concibe la palabra turismo en nuestros días.

2. EL CONCEPTO DEL TURISMO

Para dar un concepto de turismo, es necesario considerar algunos factores que dan origen al mismo. Dentro de estos el que considero más importante es el ocio.

El ocio de acuerdo con el diccionario de la lengua española, significa *“Cesación del trabajo, inacción o total omisión de la actividad. También se establece como la diversión u ocupación reposada; entretenimiento”*.¹⁶ Así también para algunos autores, implica *“comodidad y realización de toda acción que no pueda ser considerada como trabajo remunerado: entretenimiento, juegos, práctica del deporte, actividades culturales y turismo”*.¹⁷

El ocio generalmente es presentado como una consecuencia del progreso técnico, del desarrollo industrial y de la mejoría en las condiciones económicas y sociales de los individuos sobretodo en los países desarrollados, que han hecho que éstos se incorporen en una esfera distinta al trabajo, para introducirse en la esfera del tiempo libre, *“tiempo fuera del trabajo destinado al desarrollo físico e intelectual de los trabajadores y a su reposo”*.¹⁸

El ocio sustentado por la ideología capitalista se ha convertido en un factor de productividad, ya que influye en la recuperación de la fuerza de trabajo y además es percibido como el tiempo disponible para el consumo, donde el hombre tiene que luchar contra la influencia invasora del contorno social.

El turismo como una de las tantas manifestaciones del ocio, se ha convertido en un bien de consumo y en torno a él ha crecido una poderosa industria, donde el cliente debe comprar su placer como un satisfactor más. Sin embargo, dicho satisfactor no

¹⁵ Acerenza, Miguel Ángel. Op. cit., p. 68.

¹⁶ Diccionario Porrúa de la Lengua Española. p. 522.

¹⁷ Fernández Fuster, Luis. Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo. p. 39.

¹⁸ Lanfant, Marie Françoise. Sociología del Ocio. p.168.

es adquirido por todos los individuos; generalmente es un privilegio de aquellos grupos que tienen ingresos medios y elevados especialmente los individuos que viven en sociedades desarrolladas.

Es indudable que existen múltiples interpretaciones respecto al turismo, fenómeno que, si bien tiene antecedentes remotos, sólo hasta nuestros días ha ido adquiriendo mayor importancia por su carácter masivo y por sus repercusiones económicas, políticas y sociales. El turismo es un fenómeno masivo y heterogéneo que por su diversidad de características ha conducido a un sin número de definiciones entre las que encontramos la de Oscar de la Torre, quién define al turismo como: *“Un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”*.¹⁹

El turismo da origen a un conjunto de relaciones, servicios e instalaciones generadas en virtud de los desplazamientos humanos en donde el turista es quien origina esa interacción, convirtiéndose en el eje central de ésta actividad.

El turista según la OMT (Organización Mundial de Turismo), es toda 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.

Para el Banco de México, el turista es la persona que visita temporalmente un país distinto al de su residencia habitual (comprendiendo tanto a los extranjeros como a los nacionales no residentes en su país de origen), por cualquiera de los siguientes motivos:

- a) Recreo, descanso, razones de familia o motivos de salud.
- b) Asistencia a convenciones o reuniones de toda clase (asuntos científicos, administrativos, religiosos, deportivos, etc.).
- c) Negocios.
- d) En tránsito, cuando permanezcan por lo menos 24 horas en el país.
- e) Los estudiantes que viajan por cuenta propia o becados por entidades no residentes en el país.

¹⁹ De la Torre, Oscar. El Turismo Fenómeno Social. p.19.

Quedan excluidos del concepto de turista los siguientes:

- a) Los visitantes que permanecen en las poblaciones fronterizas sin salir de los límites de ellas.
- b) Las personas que llegan con o sin contacto de trabajo, a desempeñar un empleo, o a ejercer una profesión o a residir en el país.
- c) Los diplomáticos.
- d) Los estudiantes que viajan becados por entidades establecidas en el país.
- e) Los visitantes que pasan en el país una permanencia menor a las 24 horas.

De acuerdo a la Ley Federal de Turismo en la última parte del artículo 3° considera 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, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley General de Población.

Asimismo, en el artículo 4° se determina como servicios turísticos los siguientes:

ARTÍCULO 4.- Se consideran servicios turísticos, los prestados a través de:

I. Hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje, así como campamentos y paradores de casas rodantes que presten servicios a turistas;

II. Agencias, subagencias y operadoras de viajes;

III. Guías de turistas, de acuerdo con la clasificación prevista en las disposiciones reglamentarias;

IV. Restaurantes, cafeterías, bares, centros nocturnos y similares que se encuentren ubicados en hoteles, moteles, albergues, campamentos, paradores de casas rodantes a que se refiere la fracción I de este artículo, así como en aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas; y

V. Empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos.

*Los prestadores de servicios a que se refiere la fracción IV, que no se encuentren ubicados en los lugares señalados, podrán solicitar su inscripción en el Registro Nacional de Turismo, siempre que cumplan con los requisitos que la Secretaría fije por medio de disposiciones generales.*²⁰

Por otra parte, el turista que de acuerdo con la Ley General de Población en su artículo 160 fracción I. *“Es el extranjero que con permiso de la Secretaría de Gobernación se interna en el país temporalmente con fines de recreo o de salud; para actividades artísticas, culturales o deportivas no remuneradas ni lucrativas, con temporalidad máxima de 6 meses improrrogables.”*²¹

Cabe señalar que estos conceptos se refieren al turismo externo o internacional, derivándose así una clasificación del turismo con base en el lugar de residencia del turista y al ámbito de su desplazamiento.

“Por turismo interno o nacional denominado también doméstico se entiende a los desplazamientos que efectúan los residentes de un país fuera de su lugar normal de domicilio, hacia otras áreas dentro del mismo.

*“El turismo externo o internacional, se relaciona exclusivamente con los desplazamientos que realizan los residentes de un país hacia otro distinto a aquél en el cual tienen su domicilio habitual. Se refiere a los viajes que realizan los nacionales o residentes de un determinado país hacia otro distinto al suyo, hagan o no desplazamientos por el interior del país visitado.”*²²

“El turismo externo o internacional se subdivide a su vez en el turismo fronterizo y al interior del país; entendiéndose por éste último el que permanece más de 72 horas dentro del territorio nacional, internándose más allá de las ciudades fronterizas.”

“El turismo fronterizo visita única y exclusivamente las ciudades fronterizas, permaneciendo menos de 72 horas en dichas ciudades, realizando una serie de transacciones de mercancías y objetos varios. Este tipo de transacciones fronterizas que realiza el turista es de carácter bilateral ya que nuestros connacionales visitan y compran objetos en el exterior.”

*“Asimismo, el turismo nacional se subdivide en interno y egresivo, entendiéndose por éste último el que sale fuera de nuestras fronteras.”*²³

²⁰ Ley Federal de Turismo. Artículos 3° y 4°.

²¹ Ley General de Población. Artículo 160, fracción I.

²² Acerenza, Miguel Ángel. Administración del turismo. p. 32.

²³ Ramírez Blanco, Manuel. Teoría General de Turismo. p. 113.

Dada la importancia que ha ido desarrollando la actividad turística, han surgido varias organizaciones a fin de debatir problemas y cambiar impresiones con respecto al turismo. Entre estas destaca la OMT (Organización Mundial de Turismo), la cual constituye el más alto organismo internacional en relación al mismo.

La OMT, es un organismo técnico intergubernamental constituido oficialmente el 2 de enero de 1975, con el propósito de promover y desarrollar el turismo con vistas a contribuir al desarrollo económico, la comprensión internacional y la observancia de los derechos humanos, sin discriminación de raza, sexo, lengua o religión.

La OMT, está conformada por tres clases de miembros: efectivos que pueden ser todos los Estados soberanos; los miembros asociados, que son todos los territorios o grupos de territorios no responsables de la dirección de sus relaciones exteriores con la condición de que el Estado que asuma la responsabilidad de sus relaciones exteriores apruebe su ingreso como miembro; por último, los miembros asociados, que puedan ser entidades internacionales, intergubernamentales y no gubernamentales interesadas en el turismo.

La OMT, desempeña sus funciones a través de cuatro órganos básicos: la Asamblea General, el Consejo Ejecutivo, la Secretaría y las Comisiones Regionales. El primer órgano es de carácter supremo y está integrado por los delegados y representantes de todos los miembros. La Asamblea General se reúne cada cuatro años y dentro del ámbito que concierne a la Organización puede deliberar sobre cualquier tema y formular recomendaciones acerca de cualquier asunto.

El Consejo Ejecutivo es el órgano compuesto por los miembros efectivos, en base a un criterio de distribución geográfica justa y equitativa a razón de un miembro del Consejo por cada cinco miembros efectivos de la Organización. Dicho Consejo tiene la función de adoptar en consulta con el Secretario General todas las medidas necesarias en el cumplimiento de las decisiones y las recomendaciones de la Asamblea, cuando cuenta a ésta de las medidas adoptadas con ese objeto.

La Secretaría General tiene la responsabilidad de aplicar la política general de la Organización y el programa de trabajo de la misma.

Por último las Comisiones Regionales, establecidas por la Asamblea General para las seis regiones siguientes:

África, América, Asia Meridional, Europa, Medio Oriente y el Pacífico y Asia Oriental. Tales comisiones tienen la función de hacer efectiva la aplicación de las recomendaciones de la Asamblea General y del Consejo Ejecutivo en sus regiones respectivas.

Es así como la OMT es el principal foro de discusión y centro de consulta para los representantes de los intereses turísticos públicos y privados. En general, destacamos algunos conceptos de lo que significa turismo por algunos autores y los conceptos que se encuentran en nuestras leyes nacionales que regulan esta

actividad en México, ahora bien, estableceremos la importancia que tiene el turismo en todos los aspectos más importantes en todos los países y principalmente en nuestro país.

3. LA IMPORTANCIA DEL TURISMO

El desarrollo del turismo a nivel mundial ha provocado que varios países se interesen en sus repercusiones económicas, socioculturales y políticas. Es por este motivo que a continuación mencionaré algunos aspectos del turismo, sin pretender lograr un amplio estudio de éstos.

A nivel económico, la importancia del turismo radica principalmente en la capacidad de la actividad para captar divisas y su aportación a la balanza de pagos. Instrumento contable que *“enumera y cuantifica en el lado del activo todos los rubros por medio de los cuales los residentes de un país recibieron poder de compra externo a través de las mercancías y servicios proporcionados y por la venta de títulos-valores. Al mismo tiempo, enumera y cuantifica, en el lado del pasivo, todos los usos que los residentes de dicho país le dieron a su poder de compra externo, por concepto de importación de bienes, pago de servicios y por exportación de capital.”*²⁴

La balanza de pagos integrada principalmente por dos grandes balanzas: la Balanza de Transacciones en Cuenta Corriente y la Balanza de Capitales.

La primera está integrada por la balanza comercial (exportaciones e importaciones de mercancías) y la balanza de servicios (que incluye los ingresos y pagos por concepto de servicios prestados al exterior y los recibidos de éste). Y la Balanza de Capitales comprende la exportaciones e importaciones de títulos de propiedad, más los movimientos de reserva monetaria internacional. La balanza de pagos, además, incluye dos rubros: uno para registrar la transferencia de ingresos sin contrapartida y el de errores y omisiones.

El turismo como actividad económica se engloba dentro de la Balanza de Servicios, en la cual se contabilizan ciertos rubros que tienen relación directa con él, entre los que destacan:

Servicios de transporte: fletes y alquileres de barcos, tráfico de pasajeros, derechos de puertos y canales, tránsito ferroviario, tasas por servicios de correo, pasajes internacionales, etc. Cuenta de viajeros: gastos de turistas, transmigrantes y visitantes fronterizos.

²⁴ Torres Gaytan, Ricardo. Teoría del Comercio Internacional. p. 205.

El tratamiento que se le da al turismo en las cuentas nacionales no es el más adecuado para poder conocer con exactitud el resultado operacional de intercambio turístico del país con el resto del mundo. Esto lo podemos observar si consideramos que el desarrollo del turismo origina una demanda de productos, los cuales, sino se producen en el país tienen que ser importados (influyendo en 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, 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 recursos de las áreas urbanas a las rurales y muchas veces como elemento diversificador de la actividad económica.

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 desde una perspectiva sociocultural, se configura como uno de los elementos más importantes de la integración y difusión de la cultura tanto a nivel nacional como internacional, ya que permite el intercambio de conocimientos, ideas, costumbres, etc.

Desafortunadamente, no siempre puede hablarse de repercusiones positivas del turismo en el campo social y cultural. Muchas veces el turismo transforma la mentalidad, introduce nuevas nociones sobre el trabajo, el dinero y las relaciones interpersonales y algunas veces destruye vínculos que ligan a la población con su religión y su moral tradicionales. Asimismo provoca cambios en la gastronomía, el vestuario, en las manifestaciones folklóricas y en el idioma. No obstante, es difícil determinar en qué grado el turismo es responsable de estos hechos, cuando estos pueden manifestarse también a través del desarrollo de la industria y lo que es más importante, 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.

Otro de los efectos del turismo es que por su carácter masivo, llega a dañar valores culturales como las zonas arqueológicas, con gran valor para toda la humanidad. Aunque no podría olvidarse que por el turismo se han preservado monumentos arqueológicos y testimonios culturales que son herencia cultural de nuestra sociedad y de las futuras sociedades.

Dado que el turismo exige el desarrollo de vías de comunicación y facilidades que permitan una 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 se han podido conservar innumerables áreas naturales las cuales han permitido proteger la flora y la fauna.

El turismo es una actividad que tiene vinculación con el campo político en la medida en que este 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 beneficios económicos.

En dicha competencia entran sistemas y regímenes políticos diferentes que muestran su estabilidad política, su normatividad en cuanto a tolerancia, control y estímulos al turismo.

El turismo es importante en la política nacional e internacional, ya que es una actividad que influye en las economías de los países y por que los flujos turísticos llevan implícitas interrelaciones humanas, convirtiéndose en un vehículo que promueve la paz mundial al *“originar en 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.”*²⁵

En este capítulo nos enfocamos al surgimiento del turismo desde sus orígenes y a la importancia que fue adquiriendo a través del tiempo en la humanidad.

Ya establecimos los factores del turismo y su importancia en el desarrollo en los países en general, ahora estableceremos en el siguiente capítulo la importancia que tiene en México y principalmente la importancia que le dio el anterior gobierno federal en nuestro país, me refiero al gobierno del presidente Vicente Fox con el sector turístico y los beneficios que a su vez traerían a la comunidad nacional con la implementación del programa en el desarrollo del país.

²⁵ OMT. 10 Aniversario. p. 9.

CAPÍTULO SEGUNDO

LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO EN EL PERIODO 2001-2006

2. LAS POLÍTICAS DE GOBIERNO EN EL PERIODO 2001-2006

En el mundo actual todo cambia, se reestructura y se redefine continuamente a partir de lógicas cada vez más difíciles de comprender. Las certezas se han derrumbando y las nuevas opciones con frecuencia tienden a ser barridas por nuevos cambios.

No es fácil mirar hacia el futuro, sin embargo es imposible negar su presencia. Por ello resulta necesario encararlo y definir escenarios posibles a fin de anticipar respuestas para los retos que deparará.

El Gobierno que en ese entonces se encontraba y en mancuerna con el Sector Turístico de la época, creó una serie de compromisos para fortalecer los lazos con otras Instituciones del Sector Público (CIST), dependencias, miembros de la comisión intersecretarial para el sector turístico y privado para que haya una respuesta inmediata a favor del crecimiento de dicho sector, las cuales en ese momento eran:

- Secretaría de Turismo (SECTUR).
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).
- Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL).
- Secretaría de Economía (SE).
- Secretaría de Educación Pública (SEP).
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).
- Secretaría de Marina (SEMAR).
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SAMARNAT).
- Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE).
- Secretaría de Seguridad Pública (SSP).
- Comisión Federal de Electricidad (CFE).
- Comisión Nacional del Agua (CONAGUA).

- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).
- Instituto Nacional de Migración (INM).
- Nacional Financiera (NAFIN).

A continuación analizaremos las acciones relevantes en atención a los 20 aspectos cruciales para impulsar la actividad turística en México. En los siguientes puntos analizaremos las propuestas y los compromisos que hacía el ejecutivo federal en el periodo comprendido de 2001-2006, para impulsar el sector turístico de México en los próximos años ya que en el mes de julio del año 2004, en la Segunda Sesión de la Comisión Intersecretarial para el Sector Turístico, publicó el gobierno federal los Compromisos del Gobierno del entonces Presidente Vicente Fox Quesada con el Sector Turístico.

Estos puntos están agrupados en ocho categorías que son: Agenda Legislativa, Agenda para la Mejora Regulatoria y la Facilitación, Infraestructura y Desarrollo, Política Fiscal, Política Ambiental, Seguridad, Financiamiento y por último la Profesionalización.

Ahora analizaremos cada punto estableciendo los beneficios y las consecuencias de cada uno de ellos agrupándolos en varias temáticas, así como un breve comentario sobre lo que a mi juicio podría ayudar cada punto.

2.1. AGENDA LEGISLATIVA

ASPECTOS PROPUESTOS POR EL SECTOR TURÍSTICO (IP)

1. DEVOLUCIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) A LOS TURISTAS POR COMPRAS DE PRODUCTOS EN MÉXICO

Compromisos

Apoyar a la iniciativa que ha diseñado el Congreso de la Unión y trabajar en la parte operativa que compete a la SECTUR conjuntamente con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), para su entrada en vigor a partir del 2006.

Comentario: Desde mi punto de vista sería muy buena estrategia comercial la devolución del Impuesto al Valor Agregado (IVA) a los turistas extranjeros ya que así estos comprarían más cosas, puesto que la moneda extranjera en algunos casos su valor el mayor que el nuestro, así comprarían más cosas en México y

entraría mayor cantidad de divisas al país, un ejemplo muy claro sobre la devolución del impuesto es cuando vamos a Estados Unidos y al salir de ese país nos devuelven el impuesto que pagamos por los artículos que adquirimos , además existe una oficina encargada que reembolsa el pago del impuesto y así el turista queda conforme con el pago neto de la mercancía adquirida.

2. AMPLIAR LOS BENEFICIOS DE LA TASA 0 (CERO), EN CONGRESOS Y CONVENCIONES A LOS RECINTOS FERIALES Y A GRUPOS DE INCENTIVOS

Compromisos

Apoyar la iniciativa para ampliar los beneficios para el turismo de negocios y para ello se trabaja con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), al considerar la incorporación de aspectos contemplados en la reforma que integra el Poder Legislativo.

Comentario: En este punto considero que el ampliar los beneficios de la tasa 0 (cero), sería una buena iniciativa, ya que ampliaría y apoyaría esta rama del turismo de negocios, ya que necesitamos incentivar el aspecto turístico a nuestro país.

3. LLEVAR LA DEDUCIBILIDAD AL 100% DE LOS CONSUMOS EN RESTAURANTES

Compromisos

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) revisará y atenderá esta petición, en la medida en que le dé viabilidad la reforma fiscal.

Comentario: el llevar la deducibilidad al 100% de los consumos en restaurantes sería bueno siempre y cuando sea para todo el público en general, ya que si solo se aplica en los turistas extranjeros, entraríamos en una discriminación tal entre los turistas nacionales como los que vienen a visitarnos de otros países.

4. REUBICAR EN EL CALENDARIO LABORAL LOS DÍAS FESTIVOS EN EL LUNES INMEDIATO, IMPULSANDO ASÍ LA INICIATIVA DE FINES DE SEMANA LARGOS

Compromisos

Apoyar la iniciativa del Legislativo, toda vez que permitirá incentivar los viajes cortos y estimular el turismo nacional.

Comentario: Por un lado esto traería beneficios al sector turístico ya que no estaríamos hablando de dos días de descanso (sábado y domingo), sino de tres días e incrementarían los gastos que realicen los turistas; pero por otro lado no todos tenemos el poder adquisitivo para estar de viaje en los distintos puntos turísticos del país, y no se vería el beneficio para todos los mexicanos, ya que implicaría gastos extras que muchas veces no están contemplados ya que nuestro valor adquisitivo es muy reducido.

5. TRANSFORMAR A FONDO AL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO (CPTM) PARA OTORGARLE MAYOR AGILIDAD Y RAPIDEZ EN SU GESTIÓN, AL TIEMPO DE DOTARLOS DE MAYORES RECURSOS

En este punto se consideran dos partes que son:

- a) Aumentar hasta el 100% los recursos provenientes de los Derechos de los No Inmigrantes.
- b) Cobrar el Derecho de No Inmigrante (DNI) a los pasajeros de cruceros que visiten el país.

Compromisos.

Con el objeto de encontrar alternativas que permitan al Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), mayor agilidad y rapidez en su gestión, por lo tanto, en la próxima reunión de la Junta de Gobierno, en esa época se presentaron diferentes opciones para definir este esquema y que se mencionan a continuación:

- a) *Dotar de mayores recursos provenientes del Derecho de No Inmigrante (DNI) a promoción de los destinos turísticos mexicanos.*
- b) *En el marco de la política pública de cruceros que habrán de dar a conocer la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de Turismo,*

proponer al legislativo a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la aplicación de un derecho a los pasajeros de crucero cuyos ingresos se canalicen a las autoridades locales y se refleje en el mejoramiento de la infraestructura de atención a los visitantes y conservación del medio ambiente.

Esta política pública reconoce las importantes aportaciones que realiza la industria de cruceros del país y busca su maximización al tiempo que considera el desarrollo sustentable de los destinos.

Comentario: Es buena medida, aunque puede ser contraproducente ya que si por todo se les va a cobrar a los turistas o a las empresas transnacionales puede resultar riesgoso y ya no les resulte atractivo el venir a nuestro país; aunque por otro lado se necesita dinero para mejora de infraestructura de los embarcaderos y de otras áreas las cuales están en total deterioro y abandono por las autoridades y pobladores dando pena el estado en el cual se encuentran dichas instalaciones.

2.2. AGENDA PARA LA MEJORA REGULATORIA Y LA FACILITACIÓN

1. REVISAR Y MEJORAR LOS SERVICIOS DE ADUANA Y MIGRACIÓN A FIN DE QUE SUS PROCEDIMIENTOS ALCANCEN LOS ESTÁNDARES DE RAPIDEZ Y CALIDAD MUNDIAL MÁS ALTOS, SIEMPRE GARANTIZANDO QUE EXISTA PERSONAL CAPACITADO PARA ATENDER AL VISITANTE EN TODO MOMENTO.

Compromisos

Instrumentar un plan integral de acciones para simplificar y garantizar el ingreso nuestros visitantes que incluye:

- Fortalecimiento del Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM). El SIOM es una plataforma tecnológica en la que corren los principales procesos migratorios que realiza el Instituto Nacional de Migración (INM) y en la que se han invertido más de 120 millones de pesos. Es considerado la piedra angular de la modernización de los servicios migratorios del país y sus beneficios se obtendrán gradualmente, de conformidad con los avances en la instrumentación. Al concluir su implantación, México se ubicará en un nivel de vanguardia a escala global en lo referente al control electrónico y estadístico de los flujos migratorios.

Su instauración ha sido prevista en tres etapas. La primera comenzó en diciembre del 2003 y finalizó en junio de 2004. Se realiza en 15 delegaciones regionales y 15 puntos de internación, dentro de los que se incluyen los puntos de internación

aéreos más importantes del país, como son: Los Cabos, BCS., Cancún, Quintana Roo, Ciudad de México, Guadalajara y Puerto Vallarta, Jalisco, lo que permite tener acceso a la información que se genera a través de estas. Se tiene prevista la captura del 90% de las internaciones del país en los aeropuertos que cuentan con este sistema. La segunda etapa incorporará de julio a diciembre de 2004 a otras 9 delegaciones regionales y 12 puntos de internación, lo que permitirá ampliar la cobertura del servicio. Por último, durante la tercera se adicionarán de enero a junio del 2005 a 6 delegaciones más y otros 16 puntos de internación, con una cobertura final del 94.3.

El Sistema de Predocumentación Migratoria (SIPREM), será gradualmente distribuido por el Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM), que permitirá el procesamiento de los archivos de predocumentación.

Este punto se divide en dos partes; el primero trata de la simplificación e instauración de acciones para agilizar el ingreso de turistas a nuestro país, el cual se dividirá en tres etapas, contando también con capacitación de su personal operador; esta es una buena medida la cual ya se habían tardado en implementar el gobierno para agilizar la llegada de los visitantes a nuestro país y comparando la tecnología y la infraestructura de aeropuertos, carreteras, aduanas, etc., con otros países estamos en gran desventaja.

- Para Turismo Carretero que considera:

- *Más módulos en consulados para obtener los permisos para ingresar los automóviles de los turistas (Phoenix, San Francisco, Austin, Albuquerque, etc., sumando 10 para atender a nuestros visitantes).*
- *Registro del automóvil desde la Internet para evitar filas en los cruces.*
- *Sistemas electrónicos para agilizar la salida.*
- *Nuevo régimen para las embarcaciones turísticas, para que puedan internarse de manera simplificada, mediante hologramas para permanecer el país hasta por 10 años.*

- Para la Aviación Privada que incluye:

- *Descentralización de permisos a comandancias.*
- *Pago con tarjeta de crédito.*
- *Permisos aduanales con entradas y salidas múltiples.*
- *Ventanilla única de pago.*
- *Elaboración de lineamientos para operación de aviación deportiva (ultraligeros).*

- *Para Turismo Náutico que comprende:*

- *Criterios ágiles en materia migratoria para tripulantes de cruceros.*
- *La Instalación de ventanillas marítimas para agilizar los trámites para la llegada y zarpe de yates turísticos (Ensenada, BC, Los Cabos, BCS y Cancún, Quintana Roo).*
- *Nuevo régimen de precios del diesel marino para embarcaciones turísticas.*

Comentario: Con relación al punto de revisión y mejora de los servicios de aduana, aviación y náutica (a nivel interno me parece excelente que se agilicen trámites, permisos, pagos, etc.), para todas las personas en general que utilicen estos servicios, pero lo que no se me hace justo es que el gobierno mexicano sea tan flexible en sus medidas de “atracción turística”, mientras vemos que los Estados Unidos restringe cada vez más y más el trato con México y el resto de América Latina.

2. IMPLEMENTAR EL PROGRAMA DE FACILITACIÓN CON ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ (PRINCIPALES EMISORES DE TURISTAS A MÉXICO)

Compromisos

Con relación al interés de poner en marcha un esquema de facilitación al viajero por la vía aérea en algunos aeropuertos, se ha recibido un estudio que incluye aspectos logísticos, económicos y otros, elaborado por los empresarios turísticos de Quintana Roo.

Comentario: En mi opinión la implementación de dicho programa quizá fue buena propuesta, del gobierno mexicano, pero no creo que los Estados Unidos principalmente tengan contemplado en su agenda inmediata el crear compromisos de este tipo con nuestro país, referente a Canadá probablemente les sea atractivo dicha propuesta pero no creo que en la actualidad la tengan presente, sería cuestión de volver a replantearla pero con el cambio de gobierno, solo quedó en propuesta.

3. ATENDER LOS PROBLEMAS EN LA ZONA FEDERAL MARÍTIMA TERRESTRE EN MATERIA JURÍDICA Y DE COMERCIO AMBULANTE INFORMAL EN UN PLAZO PERENTORIO

Compromisos

El Gobierno Federal, en el marco de la Agenda del Buen Gobierno, está desarrollando un modelo de Administración Integral de la Zona Costera en la que concurren los tres órdenes de gobierno, fortaleciendo así el federalismo y logrando que se articule la atribución municipal rectora de los usos de suelo con los instrumentos de promoción del desarrollo turístico regional y de ordenación territorial y protección ambiental. Este nuevo modelo no significara erogaciones adicionales ya que es el esquema previsto le dotará de los mecanismos adecuados para su autofinanciamiento y para asegurar la transparencia en el ejercicio de los recursos. Además, se constituirá en un foro para que la sociedad participe en la toma de decisiones conjuntas y consensuadas de manera organizada y responsable.

Comentario: En este punto, sería benéfico que llegaran a un acuerdo real de trabajo y compromiso el Gobierno Estatal y Federal con el comercio informal no solo en el área costera sino en todo el territorio mexicano, esto traería como consecuencia una mejora en toda el área de vías de comunicación, pero en mi muy particular punto de vista la razón por la cual los comerciantes existen, es por que no hay empleo bien remunerado y la gente tiene que subsistir por otros medios.

Con la nueva administración Integral de la Zona Costera, que se pondrá en marcha como proyecto piloto en nueve municipios de alto interés turístico en los estados de: Baja California, Baja California Sur, Colima, Nayarit, Jalisco y Oaxaca, no sólo se abatirá el rezago en la demanda de concesiones y permisos mediante la transferencia de atención de trámites al ámbito local, sino que además se ordenará y regularizará la ocupación y aprovechamiento de los bienes nacionales, resultando en una mayor recaudación fiscal que promueva el desarrollo turístico y propicie la generación de proyectos de gran impacto económico, de empleos y de servicios en beneficio de la población.

Con respecto al tema del comercio ambulante en playas, se informa que, con base a los criterios que de manera conjunta formaron SEMARNAT-SECTUR, inicia un Programa Piloto para el ordenamiento del comercio informal en Playas de Rosarito, Baja California, destino crítico para el tema programa que avanzará a otros destinos turísticos.

Comentario: El ambulante es un grave problema en todas las zonas del país; y las autoridades han dejado crecer (por favores partidistas o también por la carencia de empleo) y ahora ha crecido tanto que no existe una solución para detenerlo, ahora pretenden concentrarlos en zonas lo cual sería lo mejor, pero la

negociación con los líderes tomaría tiempo y el ambulante dentro de las playas seguiría al no existir un control eficaz para erradicarlo.

4. SER MÁS EFICIENTES Y FACILITAR LOS TRÁMITES RELATIVOS A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA (PERMISOS, LICENCIAS, CONCESIONES ZONA FEDERAL, IMPACTO AMBIENTAL, VISAS PARA TURISTAS, ENTRE OTROS) ANTE LAS AUTORIDADES CORRESPONDIENTES

Compromisos

Facilitar la expedición de visas a turistas, se ha autorizado a los Embajadores a emitirlos sin el permiso previo del Instituto Nacional de Migración (INM) para nacionalidades de Centro y Sudamérica.

Asimismo, comenzaron a expedirse visas de larga duración, con vigencia de cinco años para turistas y de tres para personas de negocios a nacionales de Guatemala y Colombia. Panamá se incorporará próximamente a este esquema, seguido del resto de los países de Centroamérica. Este mecanismo evita que los extranjeros tengan que acudir a un consulado mexicano en cada ocasión que deseen visitar nuestro país; facilita la concentración de negocios de inversiones; fomenta el turismo y permite garantizar la seguridad nacional con el uso de tecnología de punta.

Las Secretarías de Gobernación y Relaciones Exteriores evaluarán, conjuntamente, la viabilidad de expedir visas de larga duración a nacionales de países que requieren de permiso previo del Instituto Nacional de Migración.

En el caso de China, se desarrolla una estrategia interministerial para que México sea designado “destino turístico aprobado”

Instrumentar un programa de acciones para simplificar los negocios turísticos en el que destaca:

- *La Ventanilla de Gestión Empresarial para Proyectos Turísticos.*
- *Un nuevo régimen para regular a los prestadores de servicios de turismo náutico.*
- *Impulsar la reforma de la Ley de Navegación para eliminar trámites.*
- *Reformas al Reglamento de la Ley de Navegación y de la Ley de Puertos.*

Comentario: Desde mi punto de vista, México debería acercarse más diplomáticamente a Centroamérica esto le traería beneficio y recobraría su

credibilidad con los otros países latinos, ejercerían en conjunto cierta presión a Estados Unidos y así todos los países unidos exigirían un trato digno a ellos como países y un trato humanitario para las personas que van a trabajar de inmigrantes a Estados Unidos. Esta propuesta pudiera presentarse contraproducente en mi opinión ya que es de todos conocido, que China es uno de los principales países con mayor índice de “contrabando” que ingresa a nuestro país, otro problema que también pudiera presentarse sería el caso que vienen los orientales de “visita” (como ya hemos visto personas de otros países) y solo toman la visita a México como trampolín para pasar a los Estados Unidos.

2.3. INFRAESTRUCTURA Y DESARROLLO

1. DEFINIR A LA BREVEDAD LA POLÍTICA DE LÍNEAS AÉREAS, TOMANDO EN CONSIDERACIÓN AQUELLAS RECOMENDACIONES QUE LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA PUEDA EMITIR AL RESPECTO, CON EL PROPÓSITO DE LOGRAR MAYOR COMPETITIVIDAD QUE REDUNDE EN MEJORES TARIFAS

Compromisos

- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) apoyará dentro de sus facultades, las propuestas de la Secretaría de Turismo (SECTUR) para incrementar el aprovechamiento de los convenios bilaterales en vigor, toda vez que, por ejemplo, en este momento no son utilizados aproximadamente el 80% de los derechos de tráfico contenidos en el convenio bilateral México-Estados Unidos, así como tampoco es utilizado aproximadamente el 50% del potencial de crecimiento en los convenios bilaterales firmados con países europeos.

- Se impulsarán las propuestas relativas de nuevos convenios bilaterales con el resto del mundo, tal y como de hecho, ya se está trabajando en futuros tratados con China, Hong Kong, Uruguay, Paraguay, El Salvador, etc.

- Adicionalmente, la SCT está dispuesta a renegociar aquellos convenios que adquieran actualizaciones, y mientras esto se logra, a otorgar permisos administrativos unilaterales a todas las líneas aéreas extranjeras que busquen explotar nuevos mercados. (SCT)

- A partir del mes de agosto, las líneas aéreas de Cintra lanzarán al mercado paquetes de cupones de vuelo que serán comercializados en el extranjero, a muy bajo costo en paquetes de tres y cinco cupones de vuelo, para que nuestros visitantes puedan conocer otros lugares del país y se logre ampliar su estancia y gasto en los destinos turísticos mexicanos.

Comentario: Refiriéndonos a este punto, que bueno que en sus propuestas se trate de impulsar y negociar aspectos bilaterales invitando a extranjeros a visitar los destinos turísticos de nuestro país, pero sería más equitativo que también dichos beneficios sean compartidos y gozados con el turismo nacional, por que a nosotros nos va a salir más caro el visitar nuestro territorio que salir de él, como ya lo hemos estado comprobando recientemente.

2. INTENSIFICAR LOS PROGRAMAS QUE MEJOREN LA INFRAESTRUCTURA DE LOS PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS Y SUS RESPECTIVAS VÍAS DE ACCESO

Compromisos

En este periodo se pretenden realizar obras de ampliación y construcción en los siguientes tramos que se conectan con los destinos turísticos siguientes:

- *Ampliación 4 carriles Mérida-Kantunil.*
- *Concluye la construcción a 2 carriles Nueva Italia –Lázaro Cárdenas.*
- *Construcción de 2 carriles en los libramientos Ixtapa-Pantla y El Chico, ambos de la carretera Feliciano-Zihuatanejo.*
- *Concluye la ampliación de 4 carriles en el tramo Oaxaca-Mitla.*
- *Continuación de la construcción de 2 carriles en la autopista Mitla-Salina Cruz.*
- *Ampliación de 4 carriles en Jorobas-Tula.*
- *Construcción de 4 carriles en Jilotepec-Tula.*
- *Entronques Cola de Ballena y boulevard Aeropuerto en la Paz, BCS.*
- *Puente terrestre, que forma parte de la Escalera Náutica, BC.*
- *Se iniciara en coordinación con el Gobierno de Nayarit, la modernización de la carretera Punta Mita-Cruz de Huanacaxtle.*

Están en proceso los siguientes trabajos de mejoramiento y conservación de las carreteras de acceso a sitios turísticos:

- *Acceso Huatulco, conservación periódica de la carretera Oaxaca-Tehuantepec.*
- *Proyecto Mar de Cortés, conservación periódica de la carretera Punta Prieta-Bahía de los Ángeles (puente terrestre).*
- *Corredor Vallarta-Bahía de Banderas, conservación del tramo Puerto Vallarta-Boca de Tomatlán.*

- *Zona metropolitana de Acapulco, conservación de los tramos Coyuca-Pie de la Cuesta y las Cruces-El Cayuco-Puerto Marqués.*
- *San Miguel de Allende, conservación del tramo Tanque Blanco-San Miguel de Allende.*
- *Loreto, conservación periódica en la carretera transpeninsular 141 Km. y riego de sello en 97 Km.*

Comentario: Es muy importante mejorar las vías terrestres de comunicación, ya que son medios no solo para una mayor captación de turistas, sino que es necesario para las comunicaciones en el país, además, si uno paga una cuota de peaje, es justo que dichas vías se encuentren en buen estado como nacional o extranjero, a parte de que el pago es en mi opinión, bastante elevado su precio.

3. REORDENAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE CARRETERAS Y PROVEERLO CON SU DEBIDO EQUIPAMIENTO (SEÑALIZACIÓN, SERVICIOS, INFORMACIÓN, LIMPIEZA, ENTRE OTROS) QUE FACILITE SU TRÁNSITO, TANTO A TURISTAS NACIONALES COMO EXTRANJEROS

Compromisos

- *Se concluyó el proyecto de la Norma Oficial Mexicana “El Señalamiento Horizontal y Vertical de Carreteras y Vialidades Urbanas”, que permitirá homologar la señalización turística en todas las carreteras y vialidades urbanas del país.*

- *Se inicio su consulta pública y se prevé contar con la norma.*

- *Se pone en marcha un programa piloto en el eje carretero México-Nuevo Laredo y en la autopista Tijuana-Ensenada, beneficiando los sitios turísticos próximos al corredor para la instalación de señalamiento turístico. Esta actividad iniciará en el mes de julio con el diagnóstico de necesidades.*

Comentario: Es importante señalar las carreteras, para prevenir accidentes, aunque esto debería de ser en todas ellas y no únicamente en las antes mencionadas, porque las cuotas son para que nos brinden un buen servicio y nos otros como usuarios quedar satisfechos.

4. ORIENTAR LAS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE IMPACTAN AL DESARROLLO REGIONAL Y A LA CALIDAD DE VIDA (VIVIENDA, AGUA, SALUD, EDUCACIÓN, ENTRE OTRAS) HACIA LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MAYOR CRECIMIENTO

Compromisos

- Para obras de infraestructura, vivienda y desarrollo comunitario se canalizarán recursos federales por cerca de 1,250 millones de pesos a los 76 municipios considerados de alta prioridad para el sector, motivando a su vez una inversión local por igual cantidad, con lo que se estima aplicar un total de 2,500 millones de pesos.

- Del total aplicado, 175 millones corresponderá a CIP'S y corredores del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

- Se incorporarán al Programa Hábitat dos vertientes de especial relevancia turística. La vertiente Hábitat Centros Históricos con una inversión federal de 50 millones de pesos, que se suma a la canalizada por SECTUR y que atenderá a 9 ciudades declaradas como patrimonio mundial por la UNESCO y a San Luís Potosí que está en la lista indicativa, y la vertiente Hábitat Fronterizo que con una inversión federal de 400 millones de pesos, atenderá a 41 ciudades en las franjas fronterizas.

Para prometer el desarrollo ordenado de las ciudades y su gestión eficiente, el Programa Hábitat amplía sus opciones para incluir apoyos para la elaboración de planes de desarrollo urbano y el establecimiento de asociaciones intermunicipales.

Próximamente se celebrará un convenio entre el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), a través del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), para realizar un proyecto de investigación y puesta en valor del sitio arqueológico de Copalita, en el marco del Corredor Turístico Huatulco-Punta Celeste.

Con el objeto de fomentar el desarrollo del sector, se promoverá la creación de un Hábitat Turístico que esté considerado en el Presupuesto de Egresos de la Federación.

Comentario: Es importante que ayuden al desarrollo regional de la población, que tengan una buena calidad de vida y mejores servicios como son el agua, la vivienda, la salud, la educación, etc.; aunque la mayor parte de algunos lugares, sus habitantes viven en poblaciones de tal marginación y pobreza que dá pesar que exista tanta desigualdad económica en dichos atractivos turísticos. Otra cosa importante es el impulso de este sector con propuestas a la apertura de nuevos destinos turísticos y estos a su vez generen empleos que la gente necesita para beneficio de su familia y de la sociedad.

5. GARANTIZAR LA OFERTA LIBRE SE SERVICIOS DE TRANSPORTE (TAXIS) EN LOS AEROPUERTOS (ESPECIALMENTE LOS CABOS Y CANCÚN)

Compromisos

Se diseñó un esquema de convenio tipo para transformarse entre la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), gobiernos estatales y eventualmente gobiernos municipales, así como los permisionarios, taxistas locales, empresarios hoteleros, agencias de viajes y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), mediante el cual se pretende solucionar el problema de los servicios públicos de taxis en los destinos turísticos.

Comentario: Esperemos que estas propuestas con el apoyo de estas instancias gubernamentales logren garantizar la oferta de los servicios de transporte (taxis) en aeropuertos y en otros lugares, donde no ingresen otro tipo de agrupaciones y quedando el usuario totalmente desprotegido.

2.4. POLÍTICA FISCAL.

1. ESTABLECER UN HORARIO HOTELERO PARA EL USO DE ENERGÍA ELÉCTRICA QUE RECONOZCA LAS CARACTERÍSTICAS PROPIAS DE ESTE SECTOR EN EL USO DE LA MISMA.

Compromisos

En aquellas zonas del país en las que existen dos horarios pico durante el mismo día, se está analizando la posibilidad de eliminar uno de los dos y dejar vigente solamente uno de ellos.

Adicionalmente, se pueden lograr ahorros muy importantes en el recibo de energía con una mejor administración de la demanda y con programas de ahorro de energía. La Comisión General de Electricidad (CFE) ha ofrecido a los hoteleros seminarios para darles asesoría a fin de lograr un mejor control de sus cargas máximas, así como créditos y asesorías para instrumentar programas de ahorro de energía en aires acondicionados, iluminación y equipos electrónicos como motores, bombas, entre otros.

Comentario: sería buena medida de ahorro para los hoteleros establecer dicho horario, pero también hay que ver si a ellos les conviene.

2.5. POLÍTICA AMBIENTAL

1. IMPULSAR PROGRAMAS CON METAS ESPECÍFICAS, TALES COMO SANEAMIENTOS Y RESCATE DE BAHÍAS Y PLAYAS

Compromisos

- Se han creado 20 Comités Locales de Playas Limpias, encabezados por los presidentes municipales de cada destino, con ello se estarán resolviendo los problemas desde lo local, con la participación de diversas entidades del gobierno federal y estatal. Estos Comités son responsables de coordinar, ejecutar vigilar e implementar acciones de limpieza, mejoramiento de infraestructura y servicios en las playas del destino respectivo.

Las obras requeridas por el saneamiento de las playas de los principales destinos turísticos significan una inversión de 11,270 millones de pesos. El gobierno federal, a través de la Comisión Nacional del Agua, en el periodo 2003-2006 realizará obras por 2,500 millones de pesos. Para completar esta tarea, se requiere la participación decidida de los Gobiernos Estatal y Municipal, así como de la iniciativa privada.

Comentario: Las playas son uno de los atractivos de mayor importancia que tiene nuestro país y estamos acabando con ellas, Acapulco es un claro ejemplo del deterioro que esta sufriendo este atractivo turístico natural. Me parece muy bien el programa de saneamiento y rescate encabezados principalmente por presidentes municipales y estatales así como de la iniciativa privada que tiene mucho que ver y hacer conciencia a la población en general por los medios de comunicación a que ayuden a cuidar y preservar lo que se tiene y no destruirlo para después lamentarse por haberlo perdido.

A continuación establecemos un cuadro con los destinos turísticos más importantes que serán beneficiados:

DESTINOS TURÍSTICOS EN MÉXICO	
1.- La Paz, B. C. S.	11.- Manzanillo, Col.
2.- San José del Cabo, B. C. S.	12.- Cuenca del Río Pánuco, Tamps.
3.- Bahía de Kino, Son.	13.- Cancún-Riviera Maya, Q. Roo.
4.- Puerto Peñasco, Son.	14.- Telchak Puerto, Yuc.
5.- Guaymas-San Carlos, Son.	15.- Veracruz-Boca del Río, Ver.
6.- Bahía de Mazatlán, Sin.	16.- Puerto Escondido, Oax.
7.- Bahía de Acapulco, Gro.	17.- Tijuana, B. C.
8.- Bahía de Zihuatanejo, Gro.	18.- Rosarito, B. C.
9.- Santa María Huataulco, Oax.	19.- Ensenada, B. C. *
10.- Bahía de Banderas, Nay. y Jal.	20.- San Felipe, B. C. *

* En proceso

2.6. SEGURIDAD

1. DISEÑAR UN SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS A TRAVÉS DE UN TELÉFONO DE EMERGENCIA DISPONIBLE LAS 24 HORAS, LOS 365 DÍAS DEL AÑO.

Compromisos

Puesta en marcha del Centro Integral de Atención al Turista (CIAT), vía telefónica, Internet y telefonía celular, con un número de marcación rápida de cobertura nacional: número 078 (próximamente en operación) y que facilitará el que se brinden los siguientes servicios:

- *Prevención antes y durante los viajes.*
- *Información y orientación sobre destinos, atractivos, servicios y enlace a las áreas de atención a los turistas.*

- *Auxilio vial y primeros auxilios.*
- *Auxilio mecánico en carreteras.*
- *Comunicación con los Centros de Control, Comando, Comunicación y Cómputo (C-4), mediante el número 066.*
- *Intercomunicación de emergencia de hospitales, ambulancias y otras instituciones de asistencia médica.*
- *Intercomunicación con la Policía Federal Preventiva (PFP), Caminos y Puentes Federales (CAPUFE); así como con autoridades de seguridad pública y procuraciones de justicia federales, estatales y municipales.*
- *Apoyo de acciones de protección civil en caso de contingencias y desastres.*

Comentario: Sería de gran ayuda tener un número de emergencia (para turistas y para la población en general, que no sólo sea programa de prueba y que en poco tiempo lo saquen de circulación, sino que sea implementado y lo den a conocer a la población por todos los medios de comunicación existentes para todos tener conocimiento de este número.

2. REFORZAR Y MANTENER LA SEGURIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS Y POSICIONAR LA IDEA DE QUE MÉXICO ES UN PAÍS SEGURO PARA EL TURISTA.

Compromisos

- *Inicio del programa Piloto de Reforzamiento de Seguridad en las rutas fronterizas de: Laredo-Monterrey y Tijuana-Ensenada-Los Cabos en su fase de levantamiento de necesidades de señalamiento y acciones en el ámbito de las otras dependencias que concurren como Migración y Aduanas.*
- *Consolidar la cobertura de servicios de seguridad en destinos turísticos a través de la presencia de la Policía Federal Preventiva (PFP) y la incorporación de nuevas ciudades a la red de atención de emergencias (C-4's).*

Comentario: Este punto a mi muy particular punto vista es uno de los más difíciles de mantener su credibilidad a nivel nacional e internacional, que todo está bien en la frontera norte, ya que los Estados Unidos están muy pendiente en relación a todo lo que sucede en su frontera. Se inició el operativo México Seguro el 11 de junio del 2005 en los estados de Tamaulipas, Sinaloa y B.C., según éste, se realiza mediante la coordinación las autoridades federales, estatales y municipales, para confrontar y combatir directamente a las acciones tácticas combatiendo el narcotráfico, el

narcomenudeo, el contrabando, el tráfico de indocumentados, el robo de vehículos y la portación de armas prohibidas. Se puso en marcha una intensa revisión en la frontera de Nuevo Laredo, a fin de evitar el ingreso de delincuentes, drogas ilícitas, armas y cartuchos, vehículos ilegales y efectivo no reportado. Impidiendo también que salieran del país algún delincuente que esté siendo rastreado. Y a partir de este programa de inmediato vinieron los problemas bilaterales entre estos países, por que ahora si los gobiernos estatales del lado mexicano se pusieron a trabajar y los Estados Unidos restringieron más sus fronteras.

2.7. FINANCIAMIENTO

1. CONCEBIR ESQUEMAS QUE PERMITAN ACCEDER A LAS EMPRESAS DEDICADAS A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA, A CRÉDITOS EN CONDICIONES DE COMPETITIVIDAD (DISPONIBILIDAD, MONTOS, PLAZOS Y TAZAS DE INTERÉS) INCLUYENDO A PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS TURÍSTICAS, SUPERANDO ASÍ EL CONCEPTO DE QUE SECTOR TURÍSTICO ES DE ALTO RIESGO

Compromisos

Nacional Financiera. (NAFIN) ofrece un esquema de garantías por el 50% a créditos de hasta \$40 millones de BANORTE para pequeños y medianos hoteles, con un costo para NAFIN de 450 millones de pesos.

- En el segundo semestre, se diseñará conjuntamente con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), un esquema de calificación previa que facilite el acceso al financiamiento a proyectos turísticos ante la banca comercial, y da en automático la garantía de NAFIN.

Comentario: Sería bueno que se les facilitara apoyo suficiente a empresarios de micro, pequeñas y medianas empresas para ayuda de la economía nacional.

2.8. PROFESIONALIZACIÓN

1. INTENSIFICAR LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN QUE PERMITAN ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD EN EL SECTOR Y LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS

Compromisos

- Llevar acciones de capacitación enfocadas a elevar la productividad y la calidad en la prestación de los servicios del sector turístico principalmente en destinos de playa, pueblos mágicos, ciudades patrimonio cultural, ciudades fronterizas y mundo maya:

Se promoverán alianzas entre la Secretaría de Educación Pública (SEP) y el sector turístico y privado, para que en el marco de la Reforma Curricular de Educación Media Superior Tecnológica Industrial y de Servicios, actualicen los planes y programas de estudio en turismo (contando con 1200 Hrs., del componente de formación profesional), que servirán para atender las necesidades de formación de capital humano calificado.

Se promoverán convenios de colaboración entre la Secretaría de Educación Pública (SEP) y la Secretaría de Economía (SE), con la finalidad de que en los 52 planteles de educación media superior tecnológica industrial y de servicios, que ofrece formación profesional de guía de turistas, restaurantes, hotelería, agencia de viajes y análisis y tecnología de alimentos, se establezcan incubadoras de empresas que fortalezcan al sector turístico.

Concientes de la importancia que reviste la información de las nuevas generaciones, se realizarán acciones para desarrollar la Cultura Turística en las escuelas de educación básica.

Por su parte la Secretaría de Economía (SE) apoyará con 1'0890,000 pesos la implementación del sistema de Calidad Moderniza en 100 micro, pequeñas y medianas organizaciones turísticas a nivel nacional.

Apoyará la transferencia de 10 modelos de emprendedores a las instituciones de educación superior turística por un monto aproximado de 1 millón de pesos, así como la creación de al menos 5 incubadoras de empresas turísticas, por un monto aproximado de 2.5 millones de pesos.

Se impulsará un sistema nacional de financiamiento PYME que pone a disposición de los empresarios créditos en mejores condiciones, tasas y garantías y, con objeto de fomentar la competitividad de las Mi PYMES turísticas, mediante

la semana nacional de las PYMES y las semanas regionales de PYMES, se canalizan apoyos, se imparten cursos y conferencias, así como encuentros de negocios con base a las vocaciones productivas de las cinco mesoregiones del país.

Comentario: Para brindar un buen servicio hay que estar capacitado ya que los turistas o el público en general, pagan para obtener una buena atención y un mejor servicio a los lugares donde pretende descansar. Me parece muy buena idea que a los jóvenes se les capacite realmente bien y que haya escuelas encargadas en brindarles ese tipo de enseñanza respaldados por el Gobierno.

La Comisión Intersecretarial de Política Industrial (CIPI) cuenta con un inventario de 131 programas federales de desarrollo empresarial de 12 dependencias con atribuciones y facultades orientadas a brindar mayor competitividad a las empresas mexicanas, especialmente las de menor tamaño.

- Impulsar la mejora en la calidad del desempeño de los prestadores de servicio turísticos mediante el fomento de su competencia laboral certificada a través del programa de Formación de Recursos Humanos Basada en Competencias constituye hoy el Proyecto para la Modernización de la Educación Técnica y la Capacitación en México (PMETyC II).

En el Sector Turismo se promoverá –mediante una reforma curricular del Bachillerato Tecnológico y con base en las Normas Técnicas de Compendio Laboral (NTCL), la formación de expertos asociados a la dinámica de la productividad y el empleo en las distintas regiones del país.

Asimismo, se impulsará el desarrollo de los recursos humanos del Sector Turístico, a través de la consolidación del Sistema Normalizado de Competencia Laboral (SNCL), reforzando la estrategia del Consejo Presidencial para la Competitividad, sirviendo como referente para la captación, la evaluación y la certificación de la competencia laboral en México.

En el marco del portal PMETyC y el Sistema de Información de la Oferta Educativa basada en Competencias (SINOE), y particularmente en el caso del Sector Turístico, se tendrá disponible, mediante enlaces (ligas) en este portal, la oferta de información educativa y de capacitación disponible en el país, sus normas técnicas, centros de evaluación y organismos certificadores, entre otros elementos informativos.

- Capacitar a funcionarios federales que atienden directamente a los visitantes en: aeropuertos, muelles y fronteras, para así ofrecer un ‘buen trato al Turista’.

- Fortalecer el programa de ‘operación de seguridad en hoteles’ para incrementar la seguridad de los turistas en los principales destinos turísticos

- Fomentar el uso de la tecnología y la infraestructura pública y privada para multiplicar las acciones de capacitación turística mediante programas de capacitación a distancia. (SEP-STPS-SE-SECTUR).²⁶

Comentario: desde mi punto de vista que bueno que se dieron cuenta que turismo no solo son las áreas naturales que vemos como paisajes, sino que también implica los buenos servicios que nos brindan a través de la atención.

Hasta aquí hemos mencionado los 20 puntos estratégicos a los que se refiere para incentivar el turismo en el periodo 2001-2006. Ahora nos referiremos a los programas regionales derivados de los compromisos de Gobierno de ese mismo periodo.

2.9. LOS PROGRAMAS REGIONALES

Algo importante que desarrollan los gobiernos federales para cada sexenio y para el beneficio del país, se concentra en los llamados programas que el gobierno crea para tener un mayor beneficio para la ciudadanía. Entre ellos se encuentra el Programa Nacional de Turismo, ahora daremos un análisis de este programa y su importancia para el país.

En términos generales “El Programa Nacional de Turismo 2001-2006” contiene las aspiraciones de los empresarios, prestadores de servicios turísticos, sociedad civil y académicos, así como el gobierno federal y los gobiernos de los estados y de los municipios.

Todos ellos contribuyeron a identificar las deficiencias y fortalezas, así como las oportunidades que el turismo les ofrece y señalaron planteamientos para encarar con ventaja los retos que en ese entonces no se prevenían, tanto para impulsar el mercado nacional como para lograr la competitividad del país en un entorno cada vez más globalizado.

Por lo tanto, el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 es un instrumento de trabajo y es un producto de un trabajo basado en consensos. Además, este programa reúne los objetivos, políticas, principios, prioridades y acciones relevantes necesarias para alcanzar una visión que se ha definido para el año 2025, como base de una estrategia de largo plazo.

²⁶ www.visitemexicoprensa.com.mx/visitemex/bolprensa.sectur/04/julio04/marctex1bol060704b.hym-72k
(pág. consultada el día 22/03/2005)

Las razones para ello, tienen que ver con las aportaciones que realiza el turismo al crecimiento con calidad de los mexicanos. El rumbo trazado para las próximas dos décadas permitirá lograr que el turismo se posicione como palanca del desarrollo social y económico del país, como el claro resultado de su mejora competitiva integral, gradual y sostenida.

Los principales ejes rectores del Programa Nacional de Turismo 2001-2006, que orientan y dan base a los proyectos prioritarios que realizarán la Secretaría de Turismo y los gobiernos de los Estados, junto con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) son:

- Hacer del turismo una prioridad nacional.
- Tener turistas totalmente satisfechos.
- Mantener destinos sustentables y
- Contar con empresas competitivas.

Este enfoque estratégico para conducir todas las acciones en materia turística, su expresión territorial y la conquista de los mercados, privilegia el ejercicio turístico limpio, respetuoso del ambiente y de las culturas locales; que integra las comunidades a los beneficios que éste genera; con calidad en la oferta expresada en servicios, productos destinos y empresas y garantizando la rentabilidad económica y social de su desarrollo.

Este programa incluyó en su capítulo primero una descripción de los trabajos, consultas, foros e intercambio de opiniones entre los diversos agentes que integran el sector que se llevaron a cabo durante la amplia consulta ciudadana, lo que permitió obtener un documento de consenso. Este capítulo contiene además, un recuento de la historia reciente de las políticas turísticas y un análisis comparativo de los más importantes planes internacionales en la materia.

El capítulo segundo presentó una revisión del entorno mundial en el cual se desarrolla el turismo, tomando en cuenta la coyuntura originada por los sucesos terroristas de septiembre, así como un detallado diagnóstico de las condiciones actuales que prevalecen en la industria turística nacional, como una forma de conocer y evaluar sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades en el futuro inmediato y hacia el horizonte del 2025.

En el capítulo tercero se describe la visión del turismo hasta el año 2025, como horizonte de largo plazo, lo que da pie a la definición de la misión que asume entonces el Sector Turístico de la Administración Pública Federal para alcanzar dicha visión. Se exponen así mismo, los ejes fundamentales que articulan la nueva política turística propuesta por el Programa Nacional de Turismo 2001-2006.

En el capítulo cuatro se describen las metas esperadas para el año 2001 y el 2025, con base en una tabla prospectiva que enuncia diversos indicadores de la actividad.

En el capítulo quinto se describen los 15 objetivos sectoriales que se derivan de los cuatro ejes primordiales de la política turística nacional. Se incluyen también las estrategias y acciones más relevantes para su cumplimiento mediante la implantación de diversos programas operativos que abarcan a la totalidad de las opciones, prácticas y ejercicio de esta actividad.

El capítulo sexto presentó un compendio de los diferentes instrumentos de la política turística con los que se cuenta para apuntalar el buen desempeño del turismo en nuestro país. La participación conjunta de los tres niveles de gobierno con la iniciativa privada, el poder legislativo, las comunidades, los trabajadores y organizaciones y no gubernamentales es una premisa fundamental para el logro de los objetivos.

Lo anterior permitirá la creación de las sinergias necesarias para el desarrollo regional del turismo; como participación efectiva en la gestión compartida e incluyente del sector y en consecuencia, contribuyendo a la prosperidad del país".²⁷

México encierra un potencial de desarrollo basado en la gran diversidad de paisajes, culturas e historias regionales y locales, el aprovechamiento de los recursos naturales, culturales y humanos favorecerá sin duda, el crecimiento sostenido de la nación para el beneficio de los habitantes.

El Plan Nacional de Turismo 2001-2006, para un mayor alcance se encuentra dividido en Coordinaciones o Programas Regionales, estos programas a su vez, se encuentran subdivididos en 8 categorías que son: Mundo Maya, Tesoros Coloniales, Mar de Cortés-Barrancas del Cobre, Pueblos Mágicos, México Norte, Ruta de los Dioses, En el Corazón de México y el Programa Centros Playa, los cuales haremos una breve descripción más adelante.

Ahora bien, la Dirección General de Programas Regionales conduce la administración territorial de la función federal a cargo de la Secretaría de Turismo (SECTUR), aportando los elementos de servicio y soporte que la SECTUR, en su conjunto, canalizan a favor de los Estados y se operan en el marco de la Política General para favorecer la actividad económica y las relaciones con los Estados, así como para robustecer el Federalismo.

La administración territorial se concentra en cinco coordinaciones que generan siete Programas Regionales, incluido el Programa Pueblos Mágicos que se operan en 17 poblaciones del país con características específicas.

²⁷ http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_763_presentacion
(pág. consultada el día 17/08/2005)

La administración se realiza y complementa al conjugar la vocación y potencial turístico en las entidades participantes por cada coordinación de división, impulsando un programa de mercadotecnia, que a la vez se traduzca en desarrollo regional. Esto incluye la reasignación de los recursos federales hacia los Estados mediante Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos, además de la orientación estratégica de los proyectos de desarrollo que denoten el valor de la inversión y aceleren el crecimiento de los mercados, así como también la transferencia de tecnología con base en los servicios de SECTUR, y actuando como enlaces entre las partes.

Durante la pasada administración federal, se han canalizado recursos hacia los estados; los cuales han tenido un efecto multiplicador de 3 a 1, al sumar recursos estatales, municipales y de las comunidades beneficiadas, incluyendo a empresarios y emprendedores. Es de notar, que la proposición del destino de esta inversión cambió de ser la promoción hacia proyectos de obras e infraestructura turística, como base del desarrollo en los Estados y por ende, del país.

Esos recursos, destinados al desarrollo de la promoción regional, han permitido dar énfasis a los segmentos del mercado en los que cada Estado está posicionado con ventajas comparativas y en otros casos, responde a las necesidades sociales de sus comunidades para acercar oportunidades de mejora y bienestar.

El diseño y conducción de los programas regionales para el desarrollo turístico con los Estados y municipios, integran regiones que generan un valor agregado y asociaciones de tematización con circuitos y corredores diferenciados y busca fortalecer los destinos, estados y regiones turísticos del país y posicionarlas como destinos integrados, conjuntamente con el Gobierno Federal, los Estados, los Municipios, en conjunción con la Iniciativa Privada y el Sector Social.

En términos generales, se impulsa de manera preferente, aquellos proyectos turísticos que por sus beneficios de recuperación de inversión y fuerte crecimiento de su demanda, se han considerado como exitosos. Todo ello a través de los ocho diferentes programas regionales que se mencionaron anteriormente y que son: Mundo Maya, Tesoros Coloniales, Mar de Cortés-Barrancas del Cobre, Pueblos Mágicos, México Norte, Ruta de los Dioses, En el Corazón de México y el Programa Centros Playa.

Daremos un análisis muy concreto de estos programas ya que al ser temas muy extensos y esta investigación se refiere únicamente a un programa en específico, sólo indicaremos sus principales objetivos y en el siguiente capítulo se desarrollarán de una manera breve y específica y que son los siguientes:

- **Programa Mundo Maya.** El objetivo general es el de impulsar el fortalecimiento de la región Mundo Maya, a través de estrategias y acciones orientadas al desarrollo de nuevos productos y a 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. La región Mundo Maya ofrece tanto al turismo nacional como internacional los siguientes segmentos: sol y playa, cultura, ecoturismo y aventura, buceo, cruceros negocios y convenciones.

- **Programa Tesoros Coloniales:** El objeto principal es posicionar a Tesoros Coloniales como una marca corporativa turística, ubicándola como un multidestino para vacacionar por su gran variedad de atractivos.
- **Programa Mar de Cortés-Barrancas del Cobre:** El objetivo es apoyar, a través de la planeación, asistencia técnica y gestión interna e interinstitucional, la definición y ejecución de acciones para garantizar el desarrollo de esta zona importante que se encuentra entre los estados de Baja California, Baja California Sur y Sonora.
- **Programa Pueblos Mágicos:** El objeto de este programa es estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país basada fundamentalmente en los atributos histórico-culturales de localidades singulares del país.
- **Programa México Norte:** El objetivo principal es posicionar a los estados de la frontera norte de México como un destino turístico atractivo y seguro, con servicios de calidad y con clara identidad nacional coadyuvando a la creación de empleos, a la captación de divisas y al fomento del desarrollo económico y social de la región.
- **Programa Ruta de los Dioses:** El objetivo principal es posicionar a la región como un destino turístico integrado y diferenciado, con productos novedosos desarrollados con base en la investigación de mercado y técnicas de marketing que garanticen el incremento de turistas, divisas, inversión y empleo iguales o superiores a la media nacional.
- **Programa en el Corazón de México:** El objetivo es apoyar a través de la planeación, asistencia técnica, gestión e interinstitucional, la definición y ejecución de acciones.
- **Programa Centros de Playa:** La diversidad en los mercados de desarrollo de los destinos mencionados conlleva problemáticas diferentes, que hacen necesaria la intervención interinstitucional e intersectorial con el fin de

mantenerlos vigentes y, sobre todo, de proponer líneas de acción efectivas orientadas al desarrollo sustentable de los mismos.

Hacia el futuro de la función de la Secretaría de Turismo se amplía para integrar a cada entidad federativa a los proyectos especiales que SECTUR tiene en proceso de consolidación, ya que el objetivo es unificar la prestación de servicios públicos y privados al turista con base en estándares internacionales de calidad, como soporte de competitividad.

A continuación analizaremos algunos de los puntos referentes a la frontera norte, que es el punto en el cual se basa este trabajo de análisis, ya que lo considero uno de los puntos importantes para México y su desarrollo internacional y de convivencia con los Estados Unidos de América, ya que es uno de los socios comerciales más importantes para el país.

CAPÍTULO TERCERO

PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO 2001-2006

3.1. EL PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO 2001-2006

Como se ha mencionado a través de esta investigación es importante el Programa Nacional de Turismo, ya que es una forma de ingreso de recursos económicos al país y en el periodo de gobierno de 2001-2006, se creó este programa para que se diera una continuidad en su desarrollo por lo que en términos regionales, estatales y municipales se impulsa de manera preferente aquellos proyectos turísticos que, por sus beneficios de recuperación de inversión y fuerte crecimiento de su demanda, se han considerado como exitosos. Todo ello a través de los siete diferentes programas regionales:

- Programa Mundo Maya.
- Programa Tesoros Coloniales.
- Programa Mar de Cortés-Barrancas del Cobre.
- Programa Pueblos Mágicos.
- Programa México Norte.
- Programa Ruta de los Dioses.
- Programa en el Corazón de México, y
- Programa Centros Playa.

Adicionalmente a estos, las Coordinaciones de esta Dirección General actúan como interlocutores entre las diversas instancias de los tres niveles de gobierno y los prestadores de servicios turísticos que participan en el Programa Pueblos Mágicos.

Hacia el futuro, de la función de la Secretaría se amplía para integrar a cada entidad federativa a los proyectos especiales que SECTUR tiene en proceso de consolidación, ya que el objetivo es unificar la prestación de servicios públicos y privados al turista con base en estándares internacionales de calidad, como soporte de competitividad.

3.1.1. PROGRAMA MUNDO MAYA

La región mexicana del Mundo Maya, integrada por los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, que comprende un área de 241,748 Km², está considerada dentro de los compromisos del gobierno federal de ese periodo para impulsar el desarrollo regional y consolidar el turismo como una verdadera prioridad nacional.

Este esfuerzo forma parte de una alianza multinacional donde participan los países centroamericanos de Belice, El Salvador y Honduras, herederos también del legado de esa civilización prehispánica, en el marco de la Organización Mundo Maya.

El objetivo es impulsar el fortalecimiento de la región Mundo Maya, a través de estrategias y acciones orientadas al desarrollo de nuevos productos y a 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.

La región Mundo Maya ofrece tanto al turismo nacional como internacional los siguientes segmentos: sol y playa, cultura, ecoturismo y aventura, buceo, cruceros negocios y convenciones.

3.1.2. PROGRAMA TESOROS COLONIALES

El Programa de Tesoros Coloniales del Centro de México lo integran los estados de: Aguascalientes, Durango, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas.

Pocos lugares concentran tal riqueza patrimonial e histórica; aunada a la presencia de ciudades medias de gran pujanza económica; un entorno de abundantes bellezas naturales y una amplia red carretera y de servicios aeroportuarios, lo que permite ofrecer productos turísticos diferenciados en los segmentos de cultura, negocios y alternativo. Su mercado de origen es prioritariamente nacional y se complementa con turismo de Estados Unidos y Europa.

Objetivo: Posicionar a Tesoros Coloniales como una marca corporativa turística, ubicándola como un multidestino para vacacionar por su gran variedad de atractivos.

Segmentos: Cultural, negocios y convenciones, alternativo.

3.1.3. PROGRAMA MAR DE CORTÉS-BARRANCAS DEL COBRE

El circuito Mar de Cortés-Barrancas del Cobre está integrado por algunas localidades de 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 coordina esfuerzos con el sector privado.

Las localidades del circuito ofrecen una gran potencialidad para la integración y diversificación de productos turísticos para la atención de diferentes públicos cuya demanda de satisfactores es cada vez más especializada. Esta situación ofrece grandes oportunidades a empresarios y prestadores de servicios turísticos, en todos sus niveles, para hacer sus negocios más competitivos o bien para realizar nuevas inversiones al mismo tiempo, para sus comunidades receptoras que de manera directa o indirecta, podrán incorporarse a la producción de satisfactores turísticos.

Objetivos: Apoyar, a través de la planeación, asistencia técnica y gestión interna e interinstitucional, la definición y ejecución de acciones para garantizar el desarrollo.

Segmentos: la potencialidad de la región permite la identificación de diversos tipos y formas de turismo que permiten responder a diferentes grupos de demanda y a múltiples motivaciones de viaje. Así en la región se enfatizará en los mercados de: sol y playa, deportivo y náutico, ecoturismo y aventura, negocios y congresos y convenciones.

3.1.4. PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS

El Programa Pueblos Mágicos, desarrollado por la Secretaría de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales y gobiernos estatales y municipales, contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Más que un rescate, es un reconocimiento a quienes habitan esos hermosos lugares de la geografía mexicana y han sabido guardar para todos, la riqueza cultural e histórica que encierran.

Los objetivos del Programa Pueblos Mágicos tienen alcances muy amplios, entre otros, resaltar el valor turístico de localidades en el interior del país, para estructurar una oferta turística innovadora y original, que atienda una demanda naciente de cultura, tradiciones, aventura y deporte extremo en escenarios naturales, o la simple, pero única cotidianeidad de la vida rural.

Es claro que sus repercusiones rebasan con mucho la idea de mejorar la imagen urbana y se inscriben en la necesidad de conjuntar esfuerzos para convertirlos en detonadores de la economía local y regional. El turismo y el flujo de visitantes, produce resultados sorprendentes en comunidades de gran fuerza cultural y entornos urbanos y naturales de gran impacto.

3.1.5. PROGRAMA MÉXICO NORTE

Este Programa se aplica en los estados de: Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas.

La frontera norte tiene 3,152 kilómetros de extensión y 47 puentes y cruces fronterizos, con el mercado más grande del mundo. Desde el punto de vista turístico, cumple con dos funciones:

- Destino de viajes.
- Tránsito al turismo de internación.

Objetivo. 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 coadyuvando a la creación de empleos, a la captación de divisas y al fomento del desarrollo económico y social de la región.

Segmentos. En la frontera norte existen diversos segmentos de mercado susceptibles de ser explotados como son:

- Turismo cinegético.
- Pesca deportiva.
- Turismo de salud.
- Turismo de aventura.
- Congresos, convenciones y exposiciones.
- Turismo náutico.
- Playas, y
- Turismo de negocios.

Líneas estratégicas. En el período 2001-2006 se llevaron a cabo las líneas estratégicas encaminadas a fortalecer el producto turístico de la frontera norte:

- Mejoramiento de los servicios al turista
- Concertación de obras de infraestructura y equipamiento para el mejoramiento integral de carreteras, señalización, mantenimiento, gasolineras y paradores turísticos.
- Facilitación migratoria. Conjuntamente con otras dependencias federales se realizarán acciones para facilitar y agilizar la internación de vehículos y personas.
- Cuidado y protección del medio ambiente. Se incentivará la creación de empresas de reingeniería en procesos ambientales (reciclaje de basura, plantas de tratamiento de aguas y residuos).
- Capacitación. Se desarrollarán programas de capacitación técnica y empresarial para prestadores de servicios turísticos.
- Promoción y comercialización de la región. Se elaborarán programas adecuados para cada segmento y línea de producto que promocionen y puedan comercializar esta zona turística.

Acciones adicionales. Se realizarán acciones conjuntamente con los gobiernos estatal y municipal, así como con la iniciativa privada que permitan incrementar la afluencia de visitantes a la región, aumentar la estadía y el gasto. Estas acciones son:

- Apoyar la creación y el desarrollo de atractivos que complementen la oferta turística de las ciudades de los estados de la frontera norte.
- Fortalecer los mecanismos de auxilio al turista.
- Fortalecer y concertar mecanismos binacionales para agilizar la internación de visitantes de ambas fronteras.
- Promover la creación de ventanillas únicas para trámites de importación temporal de vehículos, equipo de filmación y embarcaciones.
- Impulsar la sustentabilidad de los destinos turísticos en la frontera norte.
- Promover la ampliación de reservas ecológicas, así como crear programas de ordenamiento y manejo de áreas naturales y culturales.
- Fortalecer los programas de cultura turística y ambiental en la región.
- Fortalecer los corredores y rutas que faciliten la internación de turistas.
- Impulsar y apoyar el desarrollo de operadores receptivos regionales.
- Mantener e incrementar los niveles de rentabilidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos en los estados de la frontera norte.
- Fomentar la aplicación de programas de calidad y certificación en instalaciones y servicios.
- Fortalecer la imagen de la frontera norte.
- Promover el fortalecimiento de valores a través de la cultura regional, gastronómica y de artesanías.

3.1.6. PROGRAMA RUTA DE LOS DIOSES

El Programa Ruta de los Dioses lo integran los estados de: Oaxaca, Puebla, Tlaxcala, Veracruz y el Distrito Federal.

Su extensión territorial comprende desde la Costa del Golfo de México hasta el Océano Pacífico y cuenta con atractivos ricos en cultura, naturaleza, gastronomía y tradiciones, lo que permite ofrecer circuitos y rutas turísticas en los segmentos de: sol y playa, cultura, negocios y alternativo. Su mercado de origen es prioritariamente nacional y se complementa con turismo de Estados Unidos y Europa.

Objetivo: Posicionar a la región como un destino turístico integrado y diferenciado, con productos novedosos desarrollados con base en la investigación de mercado y técnicas de marketing que garanticen el incremento de turistas, divisas, inversión y empleo iguales o superiores a la media nacional.

Segmentos: Cultural, negocios y convenciones, alternativo, sol y playa.

3.1.7. PROGRAMA EN EL CORAZÓN DE MÉXICO

A iniciativa de las entidades federativas del centro del país: Distrito Federal, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Morelos y Tlaxcala, con el apoyo decidido de la Secretaría de Turismo el Programa en el Corazón de México se constituye como uno de los proyectos de desarrollo turístico regional más ambicioso, al buscar la consolidación de destinos y productos que garanticen niveles de calidad y excelencia que satisfagan las motivaciones y expectativas de los turistas actuales.

La región ofrece una gran potencialidad para la integración y diversificación de productos turísticos, para la atención de diferentes públicos objetivo cuya demanda de satisfactores es cada vez más especializada: situación que ofrece grandes oportunidades a empresarios y prestadores de servicios turísticos, en todos sus niveles, para hacer sus negocios más competitivos o bien para realizar nuevas inversiones y al mismo tiempo, para sus comunidades receptoras que, de manera directa o indirecta, podrán incorporarse a la producción de satisfactores turísticos.

Objetivos: apoyar a través de la planeación, asistencia técnica, gestión e interinstitucional, la definición y ejecución de acciones.

Segmentos: la potencialidad de la región permite la identificación de diversos tipos y formas de turismo que responden a diferentes grupos de demanda y a múltiples motivaciones de viaje. En la región se enfatizará en los mercados de: negocios; congresos y convenciones; ferias y exposiciones; cultura; ecoturismo y aventura; sol y playa; deportivo y muy especialmente en la combinación de turismo-recreación.

3.1.8. PROGRAMA CENTROS PLAYA

El Programa Centros Playa atiende prácticamente a todas las entidades federativas que cuenta con áreas costeras. La extensión de más de 11 mil kilómetros de litoral han sido uno de los principales espacios del territorio nacional determinante en el desarrollo turístico de México, cuya diversidad en su composición natural, tipo de arena, oleaje, fauna mariana y clima crean las condiciones necesarias para garantizar el cumplimiento de las expectativas de los segmentos de mercado que encuentran en el producto turístico de sol y playa, el satisfactor fundamental de sus interés de recreación y esparcimiento.

Tanto en el Pacífico, el Mar de Cortés, el Golfo de México y el Mar Caribe, México cuenta con importantes destinos, cada uno con atractivos diferentes que son detonadores de la actividad económica.

Las entidades federativas que están integradas directamente en este programa son: Baja California Sur, Colima, Guerrero, Jalisco, Nayarit, Oaxaca y Sinaloa.

De manera indirecta también se entiende, ya sea a través de este programa regional o bien de otros como Mundo Maya, Fronteras y Ruta de los Dioses, a los siguientes estados: Baja California, Sonora, Quintana Roo, Veracruz y Tamaulipas.

Objetivo: La diversidad en los mercados de desarrollo de los destinos mencionados conlleva problemáticas diferentes, que hacen necesaria la intervención interinstitucional e intersectorial con el fin de mantenerlos vigentes y, sobre todo, de proponer líneas de acción efectivas orientadas al desarrollo sustentable de los mismos.

Con base en lo anterior se buscará mantener un vínculo permanente y sistematizado con las autoridades estatales y municipales correspondientes, con el propósito de identificar aspectos que inhiban al desarrollo armónico de este tipo de sitios, proponer alternativas, establecer mecanismos formales de colaboración para atenderlos y estimular su consolidación con base en criterios de sustentabilidad, a efecto de coadyuvar al impacto favorable del desarrollo regional y al crecimiento dinámico de las poblaciones con esta caracterización natural.

Segmentos: los destinos de playa presentan como principal atracción el producto turístico de sol y playa, para el cual se ha buscado identificar alternativas de diversificación que respondan 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”.²⁸

²⁸ <http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sectProgramasRegionales>
(pág. consultada el día 22/03/2005)

A continuación analizaremos algunos de los puntos referentes a la frontera norte, que es el punto en el que se basa este trabajo de análisis ya que lo considero uno de los puntos importantes para México y su desarrollo internacional y de convivencia con los Estados Unidos de América ya que es uno de los socios comerciales más importantes para el país.

3.2. EL PROGRAMA MÉXICO NORTE

Para analizar este tema es necesario mencionar los datos generales sobre la región. La Frontera Norte flanqueada por el Mar de Cortés y el Océano Pacífico al oeste y por el Golfo de México al este, el norte de México es una franja que integra a los estados de Tamaulipas, Nuevo León, Coahuila, Chihuahua, Sonora, y Baja California en los cuales existe gran diversidad de paisajes, cultura y tradiciones representan para el viajero una increíble posibilidad para combinar el descanso, con la aventura y la recreación.

La frontera norte de nuestro país colinda con Estados Unidos, alcanzando una longitud de 3,152 Km., que comprende el 40% de la superficie total del país, contando también con el 28% de costas nacionales.

Cada Estado tiene lo suyo, pero en ellos encontramos rasgos comunes que los identifica como región; por ejemplo el hecho de que la fundación de algunos se debió al descubrimiento de yacimientos de oro y plata durante la conquista; el enfrentamiento permanece con un hábitat difícil como es el desierto y las zonas semiáridas y montañosas, que han exigido a sus habitantes el máximo de esfuerzo desde épocas remotas; o bien la cercanía con un poderoso país que les ha colocado en una situación especial en el mosaico nacional, por que han vivido una influencia que se manifiesta en diversos aspectos de su desarrollo y su configuración cultural.

A eso le agregamos que esta zona de México cuenta con opciones de recreación para todos los gustos por que podemos partir de bellísimas playas, cruzar zonas con vegetación tropical, admirar extensos desiertos y escalar impresionantes montañas, para volver nuevamente a encontrarnos con el desierto, con zonas productivas y con el mar.

Las ciudades y poblados también poseen una belleza singular, así como innumerables sorpresas para el viajero curioso.

En la región habitan 16.6 millones de personas, el 17% del país, y la tasa de crecimiento promedio anual en los últimos diez años fue del 2.31% mientras que en el promedio nacional fue del 1.84%, la población en la edad de trabajar crecerá 60% entre 2000 y el 2025, representando un bono demográfico y un reto de empleos. Por

las oportunidades de empleo que genera, es un importante polo de atracción de la migración.

La economía de la región generará el 23% del PIB con el 17% de la población; El PIB regional creció de 1993 a 1999 en un 30% mientras que el del país en un 20% en términos reales, la región capta el 46% del total de turistas extranjeros y el 27% de las divisas que genera este sector. El 59% de la población ocupada en la región gana más de dos salarios mínimos, comparado con el 43% del total nacional, la región recibe el 29% de la inversión extranjera directa del país. La Balanza Comercial regional es superávit en más de 7 mil millones de dólares.

Por tal motivo los indicadores estadísticos de esta región, se ha debido en gran parte, a su vocación internacional, derivada de posición geográfica; en ella se ha radicado el 29.4% de la inversión extranjera directa registrada en los últimos 7 años. Estas entidades en conjunto muestran una balanza comercial favorable por 7,105 millones de dólares”.²⁹

La Presidencia de la República en ese periodo, consideró que la región de la Frontera Norte constituye un área estratégica de oportunidades, y es detonadora del crecimiento económico y social para el país, es capaz de auto-generar recursos y servir como modelo de desarrollo nacional, ello mediante la coordinación de esfuerzos, tanto de la sociedad como de los tres órdenes de gobierno.

Por otro lado, la frontera norte de México y la frontera sur de los Estados Unidos, se han convertido durante la última década en un territorio de agudas tensiones sociales, económicas y militares. Desde principios de los años noventa, distintos gobiernos norteamericanos emprendieron un amplio operativo estratégico para reforzar la vigilancia y el control de su frontera con México. A lo largo de más de tres mil kilómetros se pusieron en marcha diversos operativos para impedir o disuadir la entrada de los migrantes mexicanos y de otras nacionalidades que crucen por el territorio nacional. Como parte de esa estrategia se reforzó el cerco que divide a ambas naciones, se edificaron nuevos muros y aumentó el número de agentes de la Patrulla Fronteriza, hasta hacer de la frontera un lugar prácticamente infranqueable.

Sin embargo, las medidas iniciales de los noventa adquirieron un tono más dramático después del 11 de septiembre de 2001; desde ese momento la seguridad de Estados Unidos pasó al primer plano en la preocupación de su gobierno y con ello, el control y la vigilancia estricta en sus fronteras, pero en especial en su frontera con México. Tras ese hecho cambió la vida de las ciudades fronterizas, tanto en las de Estados Unidos como en las de México cuya relación y dinámica han transcurrido un tanto ajenas a las tensiones bilaterales entre ambos países.

²⁹ <http://fronteranorte.presidencia.gob.mx/acalli.php?art=indicadoresestadisticos>
(pág. consultada el día 13/10/2005)

3.3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL TURISMO EN LA FRONTERA NORTE

Estados Unidos es el mercado más importante para los destinos turísticos mexicanos, ya que los estadounidenses constituyen el 88% del turismo de internación recibido por México; principalmente los que provienen de Texas y California, los que en conjunto representan un poco más del 40% de dicho flujo. En 2004, México recibió alrededor de 21 millones de turistas de todo el mundo; de los cuales el 56% correspondieron al llamado turismo 'de internación' y el restante 44%, al turismo fronterizo (viajeros fronterizos que pernoctan; a diferencia de los viajeros fronterizos que no pernoctan, los cuales se designan por la expresión de "excursionistas fronterizos").

Cabe hacer notar que en 1995 y 1996 la cantidad de los turistas fronterizos que ingresaron al país fue, en cada uno de esos dos años, de alrededor de 12 millones y medio, que representaron alrededor del 62% del monto total de turistas que ingresaron al país; es claro que el mayor número de este tipo de turistas; tanto en términos absolutos como relativos, en gran medida fue efecto del fenómeno devaluatorio que en esos años padeció la moneda mexicana frente al dólar.

Desde entonces, sobre todo durante el lapso comprometido entre 1997 y 2003, las cantidades anuales fueron de entre 9 y 10 millones de turistas fronterizos; y las proporciones respectivas se estabilizaron en torno al 49% (lo que significó prácticamente la mitad). Y no es sino hasta 2003 cuando se resiente una baja hasta alcanzar un nivel de alrededor de 8 millones, magnitud que se traduce a 44.5% del total de turistas que procedieron del exterior. Si bien en 2004 el número de los turistas aumentó a un poco más de 9 millones y medio; el porcentaje en relación con el total de los turistas que ingresaron a México, en ese año, disminuyó a 44% debido a que el número de turistas de internación creció con un poco más intensidad que el de los turistas fronterizos, al variar de 10.3 a 11.5 millones.

Ya que es de nuestro conocimiento las cifras referentes al número de viajeros fronterizos sean estos la suma de turistas y excursionistas fronterizos, o sean los que pernoctan y los que no lo hacen, observamos también que tras un constante aumento anual en el número de viajeros fronterizos durante el periodo comprendido entre 1995 y 2000 año en el que se alcanzó un máximo de 91.6 millones de personas a partir del 2001 se registraron descensos sucesivos hasta un monto de 77 millones de visitantes en 2003, lo que se traduce en una baja porcentual en cuatro años del orden del 16%. No es sino en el año 2004 cuando se aprecia un viraje en esta tendencia negativa a otra positiva, dado que en ese año la cantidad de este tipo de viajeros fue de 81.2 millones; sin embargo, cabe hacer notar que todavía no se ha logrado recuperar los 91.6 millones que se registraron en 2000 y que la magnitud correspondiente a 2004 se queda corta en casi 13% en relación con la de 2000.

Mucho influyó en esto el llamado del gobierno norteamericano para que los estadounidenses no crucen la frontera debido a la violencia que azota en la región. En enero de 2005 el Departamento de Estado de los Estados Unidos emitió una

advertencia a los ciudadanos norteamericanos sobre la situación de la seguridad en la región de la frontera norte de México, donde los asesinatos y secuestros se han incrementado y hay una escalada en la guerra entre narcotraficantes.

El Embajador de los Estados Unidos en México, Antonio O. Garza Jr., declaró en la Cumbre Hemispheria 2005, realizada en Monterrey, Nuevo León lo siguiente: *“Desafortunadamente y a pesar de los éxitos que hemos logrado, nuestro intercambio económico y cultural con México sigue estando amenazado por la violencia relacionada con los narcóticos, la cual continúa y es mortal a lo largo de la frontera. Los cárteles de la droga y la violencia que se ha traído a la región están destruyendo el entramado económico y social de nuestras comunidades. Si no se controla esta violencia va a afectar grandemente la inversión y el turismo, es especial en la zona fronteriza. Hace dos semanas, solicité al Departamento de Estado que ampliara la vigilancia del anuncio público con respecto a la violencia en la región fronteriza [...]”*³⁰

En nuestros siguientes puntos veremos como el Gobierno Mexicano en colaboración con la Secretaria de Turismo, tratarán de dar impulso a mediano y largo plazo a la región a través del Programa México Norte.

3.4. EL MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS AL TURISTA

Los instrumentos indispensables para mejorar la calidad en la prestación de los servicios turísticos son la capacitación y la competitividad de los recursos humanos y de los establecimientos, vinculados con el sector turístico, buscando la excelencia de la enseñanza turística en México.

Los resultados serían el satisfacer las necesidades que los turistas nacionales e internacionales demandan de manera creciente, resulta indispensable fortalecer los mecanismos que conduzcan a mejorar la calidad de los servicios. Para cumplir este fin, la SECTUR realiza programas de capacitación, así como procesos de certificación que fortalecen las aptitudes de los prestadores de servicios turísticos, que a continuación mencionaremos.

Entre septiembre de 2004 y agosto de 2005, la SECTUR estableció 22 convenios de coordinación para la profesionalización integral del Sector Turismo con los gobiernos de los estados de: Aguascalientes, Baja California, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Querétaro, Quintana Roo, San Luís Potosí, Sonora, Tabasco, Tamaulipas y Zacatecas, los cuales tienen el objeto de conjuntar acciones

³⁰ www.tij.uia.mx/elbordo/vol15/index.html
(pág. consultada el día 12/05/2006)

y esfuerzos para mejorar la calidad en la prestación de los servicios turísticos a través de procesos de educación, capacitación, formación, modernización y competitividad turística fomentando la participación que en su casi completa a los municipios.

Se impartieron también 600 cursos de capacitación directos y de efecto multiplicador sobre diversos temas entre los que destacan los de actualización para instructores del Distintivo “H”, introducción al Distintivo ‘H’, manejo higiénico de alimentos, actualización de la operación de sistemas de seguridad de hoteles, atención a comensales, atención a huéspedes, buenas prácticas de higiene, calidad en el servicio, tipos de vinos, comercialización y venta de servicios de viaje, cultura turística, cultura turística para promotores, divulgación del Programa de Certificación Laboral del Sector Turismo, y servicio a cuartos y áreas públicas, entre otros, con una asistencia de 19,811 participantes.

La página de Internet de la SEP (www.sep.gob.mx), opera con el sitio titulado “Temas de Turismo”, que pretende despertar el interés de la infancia por los atractivos turísticos de las entidades federativas, así como el desarrollo de la cultura turística de los menores. Este sitio cuenta con información precisa sobre el significado del turismo, México como país con vocación turística, México en el turismo internacional, cultura turística y atractivos turísticos en los estados de la República, incluyendo las cartillas turísticas estatales digitalizadas de once entidades federativas y ligadas a la página de Internet de la SECTUR.

Es así como la SECTUR, en coordinación con la Dirección General de Materiales y Métodos Educativos de la SEP, ha continuado con el proceso de revisión de sugerencias para actualizar los contenidos turísticos en los libros de texto gratuitos, específicamente en los libros de Tercer Grado de cada una de la entidades del país, y en los de Geografía para Cuarto, Quinto y Sexto grados, así como en el Atlas de Geografía Universal, todos de educación primaria.

Se organizó también el XI Encuentro Nacional de Educación Turística del 2 al 4 de diciembre de 2004, en Playa del Carmen, Quintan Roo, y contó con la asistencia de 257 participantes, en donde se abordaron diversos temas de actualización en materia de educación turística, contando con la presencia de conferencistas nacionales y extranjeros.

Se emitieron 62 opiniones técnicas en materia de cursos y diplomados para guías de turistas, de las cuales 56 corresponden a la NOM-08-TUR, siendo 41 cursos para actualización y refrendo y 15 diplomados para la formación y acreditación de guías generales. En los que corresponde a la NOM-09-TUR-2002 se emitieron 6 opiniones técnicas.

Con el propósito de mejorar la calidad e higiene en la preparación y servicio en los establecimientos de alimentos del país, la SECTUR otorgó en el periodo septiembre de 2004-agosto 2005, 95 Distintivos “H”, de los cuales 366 fueron nuevos y 588 fueron renovados, en los estados de Aguascalientes, Baja California, Baja California

Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Colima, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luís Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán, así como el Distrito Federal.

Se diseñó y se puso en operación el Sistema de Administración de la Capacitación en Turismo "TURISTAC", como una herramienta tecnológica en Internet, desarrollada para integrar y vincular de forma interactiva a nivel nacional, a empresas, instituciones y usuarios que ofrezcan y demanden servicios y productos de capacitación turística por giro ocupacional y segmento de mercado.

El logro de las medidas propuestas sería el seguimiento a largo plazo, las propuestas demuestran el gran interés por parte del estado por mejorar la calidad de los servicios turísticos, la participación de instancias de los sectores público y privado y fortalecer los mecanismos de vinculación con la SEP, con énfasis de la educación turística infantil y la emisión de opiniones técnicas en materia de Reconocimientos de Validez Oficial de Estudios en Turismo, para que así la gente interesada en este campo tenga interés en cuestión de atención al turista.

3.5. LA INFRAESTRUCTURA EN APOYO AL TURISMO

La infraestructura es favorecida rápidamente cuando se cuenta con ayuda de capital social y privado, contando también con la coordinación de gobiernos estatales, municipales y con otras instituciones del Gobierno Federal, impulsando el mejoramiento de las vías de acceso, infraestructura urbana, equipamiento, instalaciones, servicios y señalización en los destinos turísticos, para hacerlos más atractivos y competitivos para el turismo doméstico e internacional, así como para mejorar el nivel de vida de la población local.

El apoyo de las acciones en desarrollo de infraestructura se encuentra en proceso, o se efectuarán en los años siguientes, con los recursos federales, estatales, municipales y de los sectores social y privado, incluidos en los Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos, así como en los Convenios de Colaboración.

Los recursos económicos que se han canalizado para el Programa México Norte son por 58.8 millones de pesos, lo que representa un incremento del 34 % con respecto al año anterior. Con estos recursos se denotarán más de 170 millones de pesos para obras de infraestructura turística; es importante destacar que tan solo en el año 2005 se radicaron recursos a los seis estados de la Frontera Norte y que indicamos a continuación los estados beneficiados y en donde se radicó el dinero:

- Baja California: segunda fase del mantenimiento de la Sala-Museo Internacional de Exposiciones en el Centro Cultural, en Tijuana; restauración de la infraestructura y equipamiento para actividades de turismo alternativo en Valle de Guadalupe, en Ensenada; adquisición de kioscos turísticos interactivos en Tijuana; sala Omnimax en Mexicali y elaboración de diversos estudios del mercado turísticos en Baja California.
- Coahuila: Segunda etapa de desarrollo del Pueblo Mágico en Parras de la Fuente.
- Chihuahua: Primera etapa del Pueblo Mágico Creel Parque Ecoturístico Divisadero en Bocoyna y desarrollo turístico de Sitoriachi en San Juanito.
- Nuevo León: Segunda etapa de modernización de comunicaciones verticales del interior de las Grutas de García; segunda etapa del proyecto del parque acuático El Nogalar, sendero turístico intermunicipal Bustamante-Villaldama, segunda etapa del proyecto maestro Parque Laguna de Labradores; segunda etapa de la modernización del parque del Ojo de Agua de San Diego; segunda etapa del parque turístico El Barco en el Río Hualahuises; puente colgante No. 1 en Los Sabinos en el Río Hualahuises y segunda etapa del proyecto maestro del parque acuático La Turbina.
- Sonora: Segunda etapa de la construcción del centro recreativo en Banamichi; segunda etapa de la construcción de centro recreativo en Baviacora; balneario popular en Puerto Peñasco; primera etapa de imagen urbana del Pueblo Mágico de Álamos, Ures y Empalme; construcción de área de descanso en Bacanora; centro de eventos Alamito; construcción de museo en San Felipe de Jesús; construcción de museo en Huepac; remodelación de baños y alumbrado en pista de San Pedro de la Cueva; construcción de centros recreativos en los municipios de Arivechi, Bacadehuachi, Bacerac, Banamichi, Baviácora, Bavispe, Cucurpe, Granados, Huachinera, Huasabas, Magdalena, Nacori Chico, Rayón, Sahuaripa, Soyopa y Yécora.
- Tamaulipas: Segunda etapa del parque ecológico, Los Troncones en Ciudad Victoria; remodelación de la Av. Boulevard Miramar en Ciudad Madero; y remodelación del Laguito en Nuevo Laredo.

Otras de las acciones que se llevaron a cabo en esa zona del territorio son las diversas reuniones con los funcionarios estatales de turismo de los estados que integran el programa regional con la finalidad de tomar acciones para contrarrestar la imagen de inseguridad que se está dando en la frontera. Llevándose también a cabo un seminario de crisis para los estados de la Frontera Norte en la Ciudad de Monterrey.

También se llevó a cabo la Mesa de Turismo de la Conferencia de Gobernadores Fronterizos, en donde los seis estados de la frontera norte y los cuatro del sur de los Estados Unidos se reunieron para tratar los temas con la finalidad de incrementar los flujos de visitantes a esa zona. En donde se definieron tres recomendaciones:

- Promover la integración de comisiones binacionales para establecer circuitos turísticos que operen en los estados fronterizos.
- Promover en coordinación con la mesa de cruces fronterizos la disminución del tiempo que se consume en los cruces fronterizos.
- Proporcionar una mejor orientación al turista mediante una adecuada señalización turística.

Son varios los retos que tiene el gobierno por cumplir en esta zona, pero los más inmediatos serían, la realización de actividades de mejoramiento de la imagen urbana y señalización turística en un mayor número de poblaciones; el incorporar un mayor número de pequeñas y medianas poblaciones con potencial turístico hacia los cuales se canalicen recursos a través de los Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos, sería bueno que incrementara el gobierno, localidades incorporadas al Programa de Pueblos Mágicos, para que sea mucho más atractiva y visitada esa zona del país, por los turistas fronterizos.

3.6. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA REGIÓN

El propósito del Sector Turístico por conducto del Consejo de Promoción Turística de México es lograr que las estrategias y campañas promocionales y de mercadotecnia que se llevan a cabo, generen un mayor flujo de turistas internacionales hacia nuestro país y alienten el turismo doméstico, con mensajes que enfatizan la diversidad y la calidad de atractivos, productos y servicios, así como la seguridad y sustentabilidad de los destinos.

En la zona fronteriza, la ocupación de servicios turísticos es muy baja debido a la falta de servicios de calidad, la poca promoción y la inseguridad pública. El potencial turístico que implica más de 100 millones de cruces al año en la frontera de México con los Estados Unidos debe de apoyarse con el desarrollo de infraestructura y una adecuada promoción y un amplio programa de seguridad pública y social que hace falta en toda la franja fronteriza.

Ya que los productos turísticos existen en muchos de los estados fronterizos, pero no se promueven como es la caza de paloma en Tamaulipas. Se trata de un producto muy atractivo para los estadounidenses, sin embargo, no se promueve a pesar de que es muy rentable.

Sería muy bueno que desarrollaran un programa para dotar de infraestructura y seguridad en la zona fronteriza norte, después una mayor promoción, por que el producto lo tiene, pero lo que no hay es quién lo promueva, porque nadie quiere invertir en promoción de turismo que no resulte seguro para el paseante.

Son más los mexicanos que van de compras y de visita a los Estados Unidos en esa zona que los ciudadanos de ese país que visitan México, ya que el país es visitado por unos 100 millones de estadounidenses cada año por la zona fronteriza, mientras que unos 120 millones de mexicanos van hacia Estados Unidos.

Lo que se traduce en que los mexicanos vamos con más frecuencia y gastamos mil 500 millones de dólares más en territorio de Estados Unidos, de lo que ellos gastan cuando vienen, se trata de un déficit muy grande que necesitamos de alguna manera revertirlo, para que se convierta la zona fronteriza en el principal destino turístico de México.

Es por ello que el gobierno debería de desarrollar un programa de infraestructura turística a lo largo de toda la zona fronteriza con la participación de los empresarios.

El turismo norteamericano es muy sensible, porque si percibe inseguridad, solo entra momentáneamente y sale de inmediato, solo viene hacer sus compras. Es verdad que la inseguridad en la frontera inhibe la entrada de los turistas y a los ciudadanos en general pero el gobierno y los estados deben de tener mayor control en esa zona, por ser tan notable a todos los sucesos.

3.7. LOS SEGMENTOS DE MERCADO EN LA FRONTERA NORTE

Para poder entender qué es segmento de mercado, diríamos que hoy en día la gran mayoría de las empresas están conscientes que no pueden servir de forma óptima a todos los posibles clientes que existen en un mercado determinado. Esta situación, se debe principalmente a que los gustos, preferencias, estilos, capacidad de compra, ubicación, etc., varían de persona a persona o de organización a organización.

Sin embargo, y para tranquilidad de los mercadólogos, existen grupos cuyos integrantes presentan características muy parecidas y que permiten la implementación de actividades de marketing diseñadas para todo el grupo; lo cual, deriva en el ahorro significativo de tiempo, esfuerzo y recursos.

Estos grupos se conocen como segmentos de mercado y dada la amplitud de este tema nos apegamos a la definición del Diccionario de Marketing, de Cultura S.A., que define un segmento de mercado como: “Un conjunto de individuos o empresas que poseen características homogéneas y distintas, que permiten diferenciarlo claramente de los otros grupos, y que además, pueden responder a un programa de actividades de marketing específicamente diseñado para ellos, con rentabilidad para la empresa que lo practica.”³¹

Ahora bien, para que este punto nos quede un poco más claro veremos ahora el concepto y los componentes del mercado turístico el cual sería el siguiente.

El Mercado Turístico: Es donde confluyen la oferta de productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en consumir esos productos y estos servicios.

La Oferta Turística: Se basa en unos recursos (potenciales que posee un núcleo turístico para atraer y motivar a los turistas) e infraestructuras (elementos fijos que componen el mercado para atender las necesidades de los turistas) para atender y prestar los correspondientes servicios a los turistas. Estos productos y servicios turísticos deben competir en el mercado frente a otros para conseguir sólida demanda.

La Demanda Turística: Es el conjunto de turistas que están motivados por una serie de productos y servicios turísticos para cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento y negocios.

El punto anterior como lo establecimos en esta investigación es importante y lo considero una carta fuente en el desarrollo del turismo en México sin menospreciar los otros programas mencionados anteriormente y que comprenden el Programa Nacional de Turismo, ahora mencionaremos otra clasificación del turismo establecido en el mencionado programa, iniciando por el Turismo Cinegético, Pesca Deportiva, Turismo de Salud, Turismo de Negocios (que incluye Congresos, Convenciones y Exposiciones), Turismo Náutico y por último las Playas, esta clasificación es un tema aparte y muy extenso por lo que sólo mencionaremos un breve concepto de cada uno de ellos:

- **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 caza de fauna silvestre de interés cinegético en su entrono natural, y que hace uso de servicios logísticos y turísticos para hacer más fácil la practica de este deporte en un marco de conservación y sustentabilidad de la vida silvestre.

³¹ www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmento-mercado-definicion-concepto.htm
(pág. consultada el día 31/05/2006)

- **Pesca Deportiva:** México ofrece una de las mejores pescas deportivas y recreativas del mundo, gracias a la diversidad de mares y océanos que tiene a su alrededor como el Mar de Cortés, el Océano Pacífico, el Golfo de México, entre otros. La pesca en aguas internas, también ofrece una experiencia sin igual.
- **Turismo de Salud:** El filósofo Hipócrates, desde hace más de 2000 años, fue el primero en detectar las propiedades medicinales de ciertas aguas. En la actualidad se han descubierto importantes técnicas para su tratamiento, algunas de eficacia médica comprobada, que utilizan el agua como único fármaco, el barro y las arcillas en su estado natural y el masaje como estrategia de aplicación, sirven para prevenir, mejorar y curar las más diversas afecciones del organismo humano, especialmente las del aparato locomotor, respiratorio, y digestivo. En nuestro país, la utilización de las aguas, principalmente (aguas termales), han dado paso a los tradicionales establecimientos de Parques Acuáticos y Balnearios, así como otros espacios denominados (Spa), que han evolucionado apegados a los estándares mundiales en servicio y calidad.
- **Turismo de Negocios (Que incluye Congresos, Convenciones y Exposiciones):** México participa intensamente en el mercado de negocios desde hace muchos años, la gran variedad de atractivos con que cuenta, la calidad de los servicios que ofrece, la infraestructura de primer nivel y la calidez de la gente, hacen de sus ciudades, destinos altamente preferidos por los organizadores de eventos nacionales e internacionales. Existe un gran número de empresas, organizadores, oficinas de convenciones y visitantes, así como organismos públicos y privados que ofrecen servicios, información y productos turísticos para el mercado de turismo de negocios, mismas que pueden orientarlo en la selección de sedes para eventos, negociación nacional e internacional para ganar proyectos, planeación y organización de eventos, y en programas de actualización de recursos humanos y profesionalización.
- **Turismo Náutico:** El turismo náutico se tiene que ver desde la percepción de estar frente a un producto turístico, relacionado con prácticas de ocio y de recreo en contacto con el mar, en el cual se pueden llevar a cabo diferentes actividades náuticas, dentro del entorno ecológico. Además de ser un componente de gran importancia dentro de la oferta complementaria de un destino turístico, es sin duda un producto con entidad propia cuyo elemento a ofertar es nada más y nada menos que el mar.

- **Playas:** Podría parecer increíble, pero a lo largo de la costa mexicana se han identificado cerca de 440 playas donde es posible disfrutar de paradisíacos lugares en contacto con el mar, la arena y la naturaleza. Pero lo cierto es que México brinda a lo largo de sus extensos litorales oportunidades para todos los gustos: se pueden practicar todos los deportes acuáticos, descansar y asolearse a la orilla del mar, hospedarse en los mejores hoteles, lo mismo que acampar y hacer fogatas a la orilla del mar en lugares solitarios. En los grandes desarrollos turísticos con playas se encuentra Los Cabos, entre otras playas muy importantes, es posible disfrutar también de la vida nocturna, de la comida nacional e internacional y de las visitas a las grandes plazas comerciales.

Una vez analizados los distintos Programas que integran el Plan Nacional de Turismo y desarrollar el programa base de esta investigación de tesis, daremos paso en el próximo capítulo a las acciones para impulsar el turismo en la frontera norte, el apoyo a su desarrollo por medio de distintos programa y todo lo relacionado con el mejoramiento para esta parte importante del país, no solo Geográfica sino de muchos recursos para el beneficio de la economía de México.

CAPÍTULO CUARTO

ACCIONES PARA IMPULSAR EL TURISMO EN LA FRONTERA NORTE

4.1. ACCIONES PARA IMPULSAR EL TURISMO EN LA FRONTERA NORTE

Este último capítulo de mi investigación, se centra en el turismo relativo a los programas del Gobierno Federal en México durante el periodo 2001-2006 y sobre un tema en particular, es decir, sobre el turismo en la Frontera Norte de nuestro país, ya que en principio debemos saber el significado del turismo ya que este es un fenómeno social reconocido universalmente que permite poner en contacto a personas con estilos de vida diferentes, que estrechan relaciones, conviven y se recrean. También es un sector estratégico para el desarrollo de las sociedades y economías globales por sus efectos en la captación de divisas, la generación de empleos, la inversión, el equipamiento y la distribución del ingreso.

El turismo en México ha ido en ascenso a través de los programas que promocionan a las ciudades coloniales, las zonas arqueológicas, las playas y la convivencia con la naturaleza. No obstante, aún falta trabajo para promover una actividad turística más consistente y menos lesiva para los recursos, que representan la materia prima de este sector.

Los atentados terroristas en Estados Unidos y la ola de violencia generada por el crimen organizado en México, aún limitan la actividad turística en la frontera. Los empresarios del sector han informado que la falta de seguridad deriva en pérdidas hasta por 760 millones de dólares. Sin embargo, advierten una nueva ola de oportunidades para el turismo y las inversiones inmobiliarias.

Conocida como la puerta de entrada a México, la frontera norte conformada por Baja California, Chihuahua, Sonora, Coahuila, Tamaulipas y Nuevo León; se ha visto vulnerada por el clima de inseguridad, lo que se ha reflejado en la falta de crecimiento de la actividad turística de la región.

Francisco Madrid Flores, subsecretario de Operación Turística de la Secretaría de Turismo (SECTUR) durante el gobierno de Vicente Fox, reconoce que “en los últimos años la mezcla del turismo no fronterizo es el que ha mostrado mayor crecimiento, debido a que el país ha logrado una diversificación de la oferta turística para extender benéficamente la actividad y no depender del mercado más grande del mundo”.³²

En el 2004, México recibió 100 millones de visitantes internacionales que suman entre ellos a excursionistas de un día, más de 20.6 millones fueron turistas que efectivamente pernoctaron; 11 millones no son turistas fronterizos y nueve millones corresponden a este tipo de segmento. Respecto a los excursionistas de un día, el país recibió 72 millones de visitantes, de los cuales alrededor de siete millones arribaron vía crucero.

El tránsito generado en la frontera genera aproximadamente el 25 por ciento de los ingresos turísticos al país, ya que después de los acontecimientos del 11 de septiembre del 2001 y el conjunto de medidas tomadas por el gobierno estadounidense, la actividad en principio descendió y posteriormente mantuvo un crecimiento limitado a consecuencia de la guerra en Irak.

Por decisión de los Estados Unidos, en la frontera, es mucho más difícil de transitar y no precisamente por entrar a México, sino para el regreso de los connacionales radicados en ese país.

Francisco Madrid, comenta que “en 2003 se registraron 68.7 millones de excursionistas, los cuales dejaron una derrama de mil 821 millones de dólares, a diferencia de los captado en 2004 que fue de mil 993 millones de dólares, registrando de la visita de 72.1 millones de excursionistas. Hay crecimiento en el turismo fronterizo, pero es una dinámica menos acelerada que la que observamos en el turismo de internación”.³³

No obstante a estas cifras, fue realizado un estudio por el Colegio de la Frontera Norte en 2003 en diferentes estados de la franja, se encontró que 64.7 por ciento viene por la visita a familiares y 15 por ciento por diversión.

La investigadora Nora Bringas Rábago, coordinadora en el Colegio de la Frontera Norte del estudio “Turismo Fronterizo, caracterización y posibilidades de Desarrollo” comenta que este segmento representa el 75 por ciento del flujo de visitantes totales y, en términos de divisas, capta sólo un 25 por ciento, debido a que son visitantes de un día o excursionistas. El objeto del estudio, realizado en coordinación con el Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR), fue determinar el mercado real y potencial de los visitantes a la frontera de México.

³² <http://www.revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2005/julio/html...> (pág. consultada el día 25/08/2005).

³³ Ídem.

México delimita únicamente lo que es el turismo fronterizo, ya que es muy distinto el comportamiento de la frontera como los que se desplazan al interior. Estados Unidos es el principal emisor del turismo principalmente California y Texas destaca que los servicios turísticos que se ofrecen la frontera son diferentes por que son ciudades jóvenes, que básicamente son la puerta de entrada hacia México, aunque no sea representativa en términos culturales.

Hablamos de un mercado global estadounidense del 80 por ciento, pero hay diferencias a nivel de ciudades, por ejemplo Matamoros registró una proporción del 20 por ciento de anglosajones y Tijuana un 10.7 por ciento. Esto nos habla que tenemos un mercado haya a la vuelta que debemos aprovechar, porque todas las proyecciones que se tienen en Estados Unidos afirman que es un segmento que esta creciendo mucho sobre todo con la frontera de California y Texas.

“Durante el 2004, la derrama económica de los turistas sumó 115 millones de dólares, de los cuales el 73 por ciento de estas divisas fueron turistas que pernoctaron y 37 por ciento estuvieron unas horas”.³⁴ El turismo fronterizo es un segmento muy importante que debería de irse actualizando permanentemente y así ver como ha ido cambiando este tipo de mercado.

De acuerdo con información de la Secretaria de Turismo sobre la ocupación hotelera en las principales ciudades fronterizas -Tijuana, Mexicali, Tecate y Nogales- en los últimos cinco años ha fluctuado entre un 42 y 52 por ciento. Cabe señalar que dicha ocupación en la franja fronteriza, depende del turismo nacional, sobre todo del turismo de negocios alimentado por la actividad de la industria maquiladora.

La frontera norte tiene una extensión de tres mil 152 Kilómetros de colindancia con los Estados Unidos lo que significa fuente de oportunidades para los empresarios del sector turístico.

La frontera norte cumple dos aspectos muy importantes, uno como propio destino y otro como viaje de internación.

Armando Contreras Wong, Director General del “Programa México Norte” señala: “Nosotros tenemos una dirección general llama de facilitación y los que se ha tratado de hacer conjuntamente es ver y facilitar la accesibilidad de turistas al país, sobre todo carretero.”

Una de las limitantes en materia de turismo de la frontera es el regreso a Estados Unidos, derivado de los ataques terroristas del 2001. No hay que olvidar que tenemos ciudades espejos que se localizan en cuatro estados muy grandes: Texas, California, Arizona y Nuevo México.

³⁴ Ibídem. pág.2

Por otro lado, los estados de la frontera cuentan con atractivos turísticos importantes los cuales mencionaremos a continuación, tal es el caso de Baja California con la llamada Ruta del Vino, Sonora con Puerto Peñasco, la zona de mayor inversión a nivel nacional. Aquí hablamos de inversiones de dos mil 500 millones de dólares y va dirigido a otro tipo de mercado, principalmente de Arizona ya que, compran sus segundas casas o departamentos. Chihuahua con las Barrancas del Cobre, Coahuila con el paraíso Cuatro-Ciénegas, Nuevo León como destino ecoturístico y Tamaulipas, importante mercado para el turismo cinegético. Lo que se está buscando es una oferta turística, la cual permita aumentar la estadía y el gasto de los turistas o de los visitantes que vienen a nuestro país por diferentes circunstancias.

En los siguientes puntos analizaremos algunos de los programas de mayor importancia para el desarrollo, promoción, ampliación, aplicación y promoción de la Frontera Norte.

4.2. APOYO AL DESARROLLO DE ATRACTIVOS QUE COMPLEMENTEN LA OFERTA TURÍSTICA DE LA FRONTERA NORTE

Para poder entender qué es oferta turística, diremos que es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

La oferta básica se compone de los siguientes elementos:

- Recursos turísticos: se basa en los atractivos que cuenta un determinado destino, ya sea de orden natural, histórico-monumental, cultural y folclórico, y son la motivación principal para visitar ese lugar.
- Infraestructura: son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puentes, etc.
- Empresas turísticas: prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, etc.

Ahora bien, el propósito fundamental para fomentar la oferta turística es el de incrementar, diferenciar y regionalizar la oferta de destinos, productos y servicios turísticos, a través de acciones directas o coordinadas por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), y mediante actividades de fomento a la inversión y de financiamiento en el sector.

“El desarrollo de nuevos megaproyectos en Costa Maya y Mar de Cortés, el FONATUR erogó entre enero y junio de 2005, 14.9 millones de pesos, 100 por ciento más que el mismo período de 2004”³⁵. Con estas inversiones se han cubierto parte del costo de las manifestaciones de impacto ambiental, de los estudios y proyectos ejecutivos necesarios para el inicio de obras de los megaproyectos en diferentes Estados de la República, donde el desarrollo de estos abarcan diferentes zonas muy desprotegidas por infraestructura y desarrollo ambiental, etc., a continuación mencionaremos los aspectos más importantes de cada uno de ellos, los cuales retomamos del quinto informe de labores de turismo.

Proyecto Mar de Cortés

“En el mes de septiembre de 2004, FONATUR y la empresa de Desarrollo Internacional Desjardins (DID) firmaron un acuerdo de colaboración para realizar un estudio de factibilidad y un plan de negocios de una institución financiera de la Región del Mar de Cortés. Como resultado se acordó poner en operación la Sociedad Financiera Popular (SOFIPO) en dicha región, con sede en La Paz, BCS., para apoyar a las micros, pequeñas y medianas empresas turísticas de la región.

Asimismo, se firmó un convenio con representantes del Gobierno del Estado de Sonora, para la donación del terreno del antiguo Cine Terraza para destinarlo a la escuela Náutica de Guaymas, y se presentó a la Comisión para el Fomento al Turismo del Estado el Circuito Turístico: Hermosillo, Bahía de Kino, Guaymas y Empalme del Programa de Regiones Turísticas Integrales, para su validación. Los días 3 y 4 de marzo de 2005, se entregó al Gobierno del Estado, el Plan Maestro de las Regiones Turísticas Integrales, el Manual de Identidad Corporativa de la Marca Mar de Cortés y las fichas de señalización turística, conforme a lo establecido en el Convenio Marco FONATUR-Gobierno del Estado de Sonora.

Del 11 al 15 de octubre de 2004, se participó en el seminario de Curso Político y Estrategia Turística: La creación de Productos Turísticos, impartido por la Organización Mundial de Turismo en la Ciudad de Morelia, Michoacán.

Del 23 al 26 de octubre se firmó un Acuerdo de Intención para manifestar la voluntad de iniciar conjuntamente, una vez que se contara con el resultado del estudio de factibilidad y que éste resultara viable, la realización de diversas acciones tendientes a la constitución de la SOFIPO del Mar de Cortés entre FONATUR y Desarrollo Internacional Desjardins, en Ottawa Canadá, donde atestiguaron la firma del convenio el Primer Ministro Paul Marin y el entonces Presidente de la República en ese periodo, el Lic. Vicente Fox Quesada.

³⁵ <http://sectur/quintoinforme.de.labores/> (pág. consultada el día 04/03/2006)

El 1 de septiembre de 2004 se solicitó al Gobierno del Estado de Nayarit la donación de 7.0 hectáreas de los terrenos cedidos por el Fondo Nacional de Desarrollos Portuarios (FONDEPORT) al Gobierno del Estado de Nayarit en el recinto portuario de San Blas. A su vez, los días 1 y 2 de marzo de 2005, en Tepic, Nayarit, se entregó al Gobierno del Estado el Plan Maestro de las Regiones Turísticas Integrales, el Manual de Identidad Corporativa de la Marca Mar de Cortés y las fichas de señalización turística, conforme a lo establecido en el convenio FONATUR-Gobierno del Estado.

El día 2 de marzo se sostuvo una reunión con la Coordinación de Turismo del Gobierno del Estado, para establecer los lineamientos relativos a la firma de un convenio con los pescadores de San Blas para su reubicación.

El 5 de enero de 2005, se publicó en el libro del Proyecto Mar de Cortés, con la finalidad de difundir el Proyecto, entre los sectores gubernamental, ambiental, académico y entre prestadores de servicios turísticos, entre otros.

Los días 8 y 9 de marzo del mismo año en los Mochis, se entregó al Gobierno del Estado de Sinaloa, el Plan Maestro de las Regiones Turísticas Integrales, el Manual de Identidad Corporativa de la Marca Mar de Cortés y las fichas de señalización turísticas, conforme a lo establecido en el Convenio Marco FONATUR-Gobierno del Estado.

El 1 de abril, se llevó a cabo una Gira Presidencial al Estado de Sinaloa, siendo presentados en Mazatlán, los avances del Programa de Regiones Turísticas Integrales del Proyecto Mar de Cortés al C. Presidente de la República.

El 31 de mayo de 2005, en Ensenada, BC., se hizo entrega del inventario de recursos turísticos en el Estado de Baja California del Plan Maestro de las Regiones Turísticas Integrales, del Manual de Identidad visual de Mar de Cortes.

Proyecto Barrancas del Cobre

El 16 de febrero se celebró en la Ciudad de Chihuahua la primera sesión extraordinaria del Comité técnico del Fideicomiso Barrancas del Cobre. En este evento se acordó conformar una comisión operativa para darle seguimiento al proyecto, en temas que son competencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), para buscar su participación en los proyectos del aeropuerto regional de Creel y el abastecimiento de agua potable en El Divisadero.

El 26 de abril de 2004 se realizó una reunión de FONATUR, el Gobierno del Estado de Chihuahua y la SCT para dar a conocer el inicio de la construcción de la caseta meteorológica que realizará las mediciones correspondientes en el proyecto de aeropuerto regional de Creel.

Como parte del programa de promoción del proyecto entre inversionistas, el 3 de mayo de 2005, en la ciudad de Chihuahua, se realizó una reunión con empresarios del estado, en la cual se presentó el Proyecto Turístico del Centro de Aventura de Montaña. De manera adicional, el 4 de mayo, se llevó a cabo la primera reunión de la comisión operativa 2005 con el objeto de dar seguimiento a los acuerdos generados y a metas programadas por el Comité Técnico del Fideicomiso Barrancas del Cobre.

Centros Integralmente Planeados de Cancún, Los Cabos, Ixtapa, Huatulco y Loreto

En el 2004, FONATUR creció 51.2 por ciento en términos reales con relación al 2003, al alcanzar un monto de 414.3 millones de pesos. Para el primer semestre de 2005, la inversión se ubicó en 121.3 millones de pesos, cifra inferior en 21.5 por ciento en términos reales a la del periodo enero-junio de 2004, debido principalmente al retraso en la autorización de las manifestaciones de impacto ambiental. La inversión se orientó a la consolidación y mantenimiento de la infraestructura existente en los cinco Centros Integralmente Planeados (CIP's) de Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Huatulco y Loreto.

En Cancún se concluyeron las obras de urbanización de la zona, así como la construcción de la línea de conducción de aguas tratadas de la zona turística. Además, se concluyó la obra de reequipamiento electromecánico de las plantas de tratamiento de aguas residuales Pok-Ta-Pok, el Rey y Gucumatz, en Cancún.

En Los Cabos se concluyeron las obras de reconstrucción del parque recreativo en el Cerro del Vigía, el reequipamiento de la planta de tratamiento de aguas residuales de San José del Cabo, se realizaron varias acciones de obra orientadas a la rehabilitación de infraestructura urbana y turística dañada por el Huracán "Marty" en los Cabo. Se llevó a cabo la rehabilitación de pavimentos en la zona turística de Cabo San Lucas.

En Ixtapa se llevó a cabo la relotificación de la tercera sección del residencial y el Campo de Golf.

En Huatulco se concluyeron las obras de urbanización de la vialidad en la zona residencial Tangolunda, así como la construcción del centro náutico y del club de servicios en la marina Chahué, además de la urbanización de Copalita para la reubicación de comuneros.

En Loreto se realizó la remodelación del Centro de Convenciones Nopoló, la construcción de infraestructura marítima en Puerto Escondido, así como varias acciones de rehabilitación de la infraestructura turística y urbana por el Huracán “Marty” en Loreto.

Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios

El 29 de septiembre de 2004, se realizó en el Puerto de Acapulco, el primer taller de planeación estratégica en el que participaron autoridades estatales, municipales e inversionistas del estado. De manera conjunta, en el mes de marzo de 2005 se concluyó el Programa Regional de Desarrollo Turístico del Corredor Acapulco-Zihuatanejo en la Costa Grande de Guerrero el cual proporciono un diagnóstico de la situación actual y las proyecciones de la actividad turística en la zona.

El 31 de marzo de 2004 se concluyó la formulación del Programa Regional de Desarrollo Turístico del Corredor de Guaymas-San Luís Río Colorado, en la Costa de Sonora. De igual forma, en el municipio de Puerto Peñasco, en el mes de enero se llevó a cabo el primer taller de planeación estratégica, con la participación de autoridades federales, estatales e inversionistas.

En Oaxaca, el 22 de febrero de 2005 se llevó a cabo el segundo taller de planeación estratégica con la participación de autoridades federales, estatales y municipales e inversionistas del estado y en el mismo mes se concluyeron los trabajos del Programa Especial de Apoyo al Desarrollo Turístico del Corredor Huatualco-Puerto Escondido-Lagunas de Chacahua, Oaxaca.

Se concluyó el Programa de Desarrollo Urbano Turístico de la Región del Lago de Tequesquitengo y el 16 de agosto de 2005 se formó el convenio con autoridades estatales para su publicación en el Diario Oficial del Estado de Morelos, a efecto de que adquiriera validez jurídica.

En Guanajuato, el 24 de octubre de 2004 se inició la formulación del Plan Maestro de Desarrollo del Proyecto Marfil. Así mismo, el Plan de Desarrollo Urbano Turístico de San Miguel de Allende, fue publicado el 1 de febrero de 2005 en el Diario Oficial del Estado de Guanajuato.

En Tamaulipas, durante mayo de 2005, se realizó el primer taller de planeación estratégica con la participación de funcionarios del gobierno del estado y municipales, prestadores de servicios turísticos e inversionistas privados.

Con el propósito de que la Zona de la Huasteca en el Estado de San Luís Potosí cuente con un estudio que permita su desarrollo turístico, el 2 de junio de 2005 inició el Programa Regional de Desarrollo Turístico de la Huasteca Potosina, el cual tendrá una duración de seis meses.

Programa de Calificación de Proyectos

En el marco de calificación de proyectos turísticos de inversión que facilita los inversionistas del sector turístico la obtención de financiamientos ante la banca comercial al evaluar de manera integral proyectos de inversión en sus aspectos fundamentales, como son: mercado, factibilidad técnico-arquitectónica y financiera, así como información de las fuentes de fondeo; el FONATUR obtuvo un resultado satisfactorio en el periodo de septiembre de 2004 a agosto de 2005, al evaluar 51 proyectos, aprobando 25 de ellos, lo que permitió a la banca comercial autorizar 138.2 millones de dólares; y de enero a agosto de 2005 evaluar 32 proyectos, de los cuales 19 lograron obtener una calificación aprobatoria, por un monto total de crédito de 328.2 millones de dólares, permitiendo a la banca autorizar 122.9 millones de dólares.

Retos y Oportunidades para el turismo.

Primeramente continuar impulsando el desarrollo de los nuevos proyectos integralmente planeados iniciados en el período 2001-2006.

Posteriormente, identificar nuevos proyectos detonadores en zonas de alto potencial que sirva de palanca de desarrollo de la actividad turística.

También, integrar una zona de reservas territoriales estratégicas en las zonas prioritarias para el desarrollo de nuevos productos o la consolidación de los centros o corredores de mayor crecimiento”.³⁶

Por último, concretar lo establecido en los programas es un reto a cumplir; ya que la mayoría de las zonas turísticas necesitan gran apoyo económico, infraestructura, tiempo y apoyo del gobierno, estados y municipios, para sí llevar una línea de desarrollo que beneficie a los pobladores de los estados y por consecuencia a las personas que visitan estos lugares.

³⁶ Ídem.

4.3. INCREMENTO DE LOS NIVELES DE LAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS

El turismo es un sector fundamental para la economía del país y el desarrollo regional, siendo un importante generador de empleos, de divisas (tercera fuente más importante después del petróleo y las remesas) y derramas económicas significativas.

La actividad turística registra más de un millón 900 mil fuentes de trabajo relacionadas de manera directa con el sector. “Esta cifra representa poco más del 5% del personal ocupado en el país. Además, por cada empleo directo se crean alrededor de cuatro empleos indirectos. Más aún, los empleos en este sector son 30 por ciento mejor renumerados que la media nacional”.³⁷

Es por ello que los esfuerzos por comercializar y vender la oferta de empresas o destinos turísticos no es algo nuevo, lo que ha evolucionado es la orientación que se debe dar a dichos esfuerzos, hoy no sólo se trata de diseñar o estructurar un producto y venderlo, es saber e imaginar lo que alguien quiere o necesita y ofrecérselo en condiciones más ventajosas que los competidores. Grandes cambios se están produciendo en el dinámico y competitivo mercado turístico, la distribución electrónica, y en particular la expansión del comercio electrónico, están revolucionando la forma en que los consumidores se informan, evalúan y pagan el alojamiento y los servicios hoteleros.

El desafío de hoy es que la gestión de empresas y destinos turísticos nacionales se adapte poco a poco a esta dinámica.

No puede caerse en el error que el éxito de las acciones de marketing se basa en la habilidad para aumentar los flujos turísticos o tener ventas, sino en el conocimiento del mercado. El objetivo es la satisfacción de las necesidades y deseos de los clientes, la comprensión de las aspiraciones y expectativas de los turistas es la clave para la exitosa inserción en el mercado de empresas y destinos turísticos.

En este contexto, se entenderá por marketing: La adaptación sistemática y coordinada de la política de las empresas turísticas, así como por la política privada y del Estado, en el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades de determinados grupos de consumidores con los que se obtiene un beneficio apropiado.

³⁷ www.felipe.calderon.org/fclhtml/pdf/dos.pdf
(pág. consultada el día 10/03/2006)

A pesar de no existir consenso en torno a una definición, producto de que el cuerpo teórico de esta disciplina está aún en formación, es evidente que el "marketing turístico" surge hoy como un área específica que va más allá de lo que es el marketing general y el marketing de servicios; ya que se nutre de ellos y se ha ido configurando a partir de los mismos, pero se diferencia de la siguiente manera:

- No es fácil definir la materia de lo que podrá ser objeto el marketing Turístico: A los clásicos componentes de la oferta: Empresas de alojamiento, alimentación, agencias de viajes y transporte turístico, se han agregado otros componentes que lo que se denomina oferta complementaria, componentes de carácter público, municipios, organismos de promoción, etc.
- El producto turístico es un compendio indisoluble de bienes y servicios, en el que interactúan elementos materiales con personas.
- Generalmente, no está solamente configurado por la empresa o establecimiento donde se realiza el proceso de servicio, sino que el entorno y los atractivos son la parte más importante del producto que está consumiendo el turista".³⁸

Donde es más clara la diferencia con respecto a los servicios en general, es al considerar la variable distribución, ya que siempre el turista es quien debe desplazarse al lugar donde se encuentra el producto que consumirá, además, el sistema de distribución de la oferta turística es más compleja que en otro tipo de servicios.

Si buscáramos apoyo en el concepto de producto turístico, se puede visualizar las particularidades y especificidad del marketing turístico, por algunos autores como. Producto al que se definirá como el "Conjunto de prestaciones de materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista" (Acerenza 1991), es la amalgama de atractivos, facilidades y accesibilidad. Esta definición la completa Valla (1995), al incorporarle elementos de marketing que actualmente inciden en la conceptualización y posicionamiento que alcanza un producto turístico en el mercado. Es la suma de componentes tangibles e intangibles que incluye los bienes, recursos, infraestructura, equipamientos, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca y el precio que el turista percibe".³⁹

De lo expuesto anteriormente, podemos deducir que las estrategias de marketing que se formule a nivel del país, de la región y de cada destino deben actuar como paraguas de la estrategia que formule cada empresa o prestador de servicios

³⁸ <http://www.uach.cl/facultad/economicas/temaadministracion023.htm> (pág. consultada el día 10/06/2006).

³⁹ Ídem.

turísticos, debe darse una sintonía perfecta. El desafío sería el de formular una estrategia y desarrollar los planes de marketing para implementar esa estrategia con la efectiva participación y coordinación de todos los agentes que forman parte del sistema turístico de un destino, por tanto, esta necesaria coordinación implicaría que:

- Las decisiones de marketing, deben de ser debidamente planificadas, se debe abandonar la idea de tomar decisiones de manera improvisada y sobre la base de la prueba y el error. Las acciones de marketing en turismo deben enmarcarse en un programa sistemático y coordinado.
- Los planes de marketing de las empresas turísticas deben de estar interrelacionados con los planes de marketing turísticos que se desarrollan en el ámbito nacional, regional o local. Las empresas no pueden apartarse del posicionamiento o imagen que el destino, en el cual se encuentra la empresa, desea proyectar en el mercado.
- Los esfuerzos de marketing será más efectivos en la medida que se orienten a segmentos de mercado claramente identificados.
- Junto con satisfacer las necesidades de los turistas el marketing debe de generar rentabilidad para las empresas prestadoras de servicios turísticos.
- No solo se trata de instaurar una política de calidad a nivel de cada empresa o iniciativa, sino que paralelamente, se debe de instaurar a nivel del destino o territorio en que se localiza la empresa.

Lo antes mencionado nos indica que el turismo es una compleja empresa mundial en la que México aún no está totalmente integrado por las grandes carencias y descuidos que existen objetivamente en el territorio nacional y en la zona es estudio.

En los últimos años las prácticas han cambiado hacia la interacción y conocimiento en la naturaleza. Esta nueva visión integra oportunidades para crear negocios de aventura, categoría que considera todos los viajes realizados por personas cuya motivación es experimentar desafíos impuestos por la naturaleza.

“Según un estudio de la Secretaría de Turismo (SECTUR), en México se realizan más de 667 mil prácticas de turismo de aventura y ecoturismo, controladas por 500 empresas prestadoras de servicios. Wendy Hesketh Baker, Presidenta de la Asociación Mexicana de Turismo, Aventura y Ecoturismo (AMTAVE), comenta que aunque las oportunidades se encuentran en todo el territorio nacional, el problema para el desarrollo de este sector es la falta de emprendedores dispuestos a explotar las regiones del país”.⁴⁰

⁴⁰ http://empresarios.mundoejecutivo.com.mx/articulos.php?id_sec=6... (pág. consultada el día 10/03/2006)

El turismo de aventura no lo visualizamos como el resultado de una gran empresa, lo vemos como el resultado de una comunidad, negocio familiar, individual o pequeñas y medianas empresas.

La Secretaria al frente del ramo (SECTUR), considera al turismo de naturaleza (anteriormente conocido como turismo alternativo), como algo serio en el que diversifican la oferta de productos en el sector y crean modelos de desarrollo sustentable. Lo cierto es que además de las diversas prácticas de deporte y aventura, existen oportunidades de negocio alternas que van desde la creación de hoteles y restaurantes, hasta tiendas de regalo. En el desarrollo de turismo de aventura las empresas juegan un papel muy importante al desarrollar, operar y promover los productos del sector.

Ambos organismos apuntan que uno de los obstáculos para la competitividad y operación de Gimes de turismo de aventura es la falta de conocimientos administrativos y aprovechamiento sustentable de la naturaleza.

En este sentido la recomendación para posibles inversionistas es mejorar su relación con los clientes, conocer la cadena turística y sus canales de distribución, así como crear relaciones sólidas en la industria.

En las empresas de ecoturismo y turismo de aventura la innovación y creatividad es fundamental para mantenerse en el mercado. La falta de información y estudios sobre un ramo tan especializado dificultan el impulso de uno de los temas que más oportunidad para las PYMES mexicanas.

Cabe señalar, que los trámites requeridos para la apertura de estas empresas participan diversas dependencias gubernamentales. Y aunque se cuenta con normas regulatorias, no existen políticas estrictas para revisar el cumplimiento de los servicios y la capacitación de los operadores.

Al pensar en turismo de aventura se contempla que la mayoría de los turistas jóvenes, 48% viajan en pareja y tienen edades entre 25 y 45 años. Lo que no se quiere es que todos vayan al mismo lugar. Faltan operadores y gente que quiera apostarle al sector para crear un plan de negocios. Este turismo es un estilo de vida y una forma de generar recursos.

La distribución geográfica de las empresas se determina por los centros de demanda y los sitios donde se reúnen para practicar las actividades. De hecho existen cinco estados y el Distrito Federal detectados por la SECTUR que concentran más de 70% de la oferta nacional de turismo de naturaleza: Baja California Sur, Jalisco, Distrito Federal, Oaxaca, Quintana Roo y Veracruz”.⁴¹

⁴¹ Ídem.

Entre los aspectos que un inversionista debe contemplar para tomar el desafío de emprender en México este tipo de negocios, está la variedad de climas y ecosistemas que permiten que las prácticas se realicen durante todo el año. Esto hace más rentable cualquier empresa turística.

Los lugares más atractivos para realizar actividades de turismo de aventura suelen ser las Áreas Naturales Protegidas (ANP), debido a que cuentan con ecosistemas con gran diversidad.

Las estrategias de desarrollo y promoción de los atractivos de turismo de aventura se realizan por regiones o actividades.

Entre las características que debe tener una región para desarrollar el deporte de aventura se encuentran: recursos naturales sobresalientes, accesibilidad, alta calidad en los servicios, cercanía con los principales centros urbanos y destinos turísticos.

Sin embargo, la falta de programas de manejo de las ANP es uno de los principales problemas para desarrollar de manera sustentable el mercado ecoturismo.

El detectar las fallas y las carencias que hay en el sector, permite reflexionar y ver que aún falta mucho para poder brindar un servicio de calidad, esto hace que los grandes capitales y empresas turísticas no tengan fe en país donde la falta de secuencia en programas y desarrollo no les brinde estabilidad y menos en la región fronteriza.

4.4. FOMENTO A LA APLICACIÓN DE PROGRAMAS DE CALIDAD Y CERTIFICACIÓN EN INSTALACIONES Y SERVICIOS

El fomento de la aplicación de diversos programas en apoyo al turismo esta a cargo del Consejo de Promoción Turística de México, el cual 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.

Para garantizar un funcionamiento 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 hospedaje.

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 y entidades gubernamentales, y por representantes de los sectores privado y social. Entre otras tareas, la Comisión procura la firma de Convenios entre 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 turística.

El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, en el apartado de crecimiento con calidad, señala que se fortalecerá la oferta turística para consolidar los destinos nacionales y se diversificará el producto turístico nacional, con los recursos naturales y culturales que se cuentan.

Desde la óptica gubernamental, el turismo es el motor de desarrollo económico, político y social. Por esta razón el Gobierno Federal establece que su papel debe ser como promotor, para impulsar a los agentes económicos a invertir en el sector; como coordinador de los esfuerzos y actividades de los gobiernos estatales y municipales; como normativo para, proteger a los consumidores; y como orientador y ejecutor de las actividades de promoción y de mejoramiento de la imagen turística del país.

La política turística está encaminada por cuatro ejes rectores, turismo como prioridad nacional, turistas totalmente satisfechos, destinos sustentables y empresas competitivas. Estos ejes giran en torno a los principales bloques que integran la actividad turística nacional: la actividad normativa y la regulación del gobierno, los clientes a los que van dirigidos los productos, los destinos y las empresas que propician los servicios.

En el Programa de Desarrollo Regional Frontera Norte 2001-2006, a través de los integrantes de los consejos consultivos regionales del sector turismo, aplicó la técnica de la planeación estratégica para realizar el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, a las que se enfrenta la región de la frontera norte de nuestro país.

A continuación se muestran los resultados:

Fortalezas:

- Enorme potencial turístico.
- Oferta de bienes y servicios de toda índole, accesibles a los diferentes niveles socioeconómicos del mercado.

- Disposición de recursos para promoción y desarrollo turístico, derivados de recursos fiscales.
- Voluntad política de los sectores público y privado.
- Importante actividad industrial y comercial.
- Facilidad para el inicio de actividades de nuevas empresas.

Oportunidades:

- Vecindad con el mercado más grande del mundo (Estados Unidos de América).
- 23 poblaciones de más de 100,00 habitantes, en una franja de 250 millas.
- 13 millones de turistas potenciales con ingresos superiores a \$25,000 dólares anuales.
- Alta rentabilidad de las inversiones en acciones de remodelación y nuevas construcciones en infraestructura.
- Interés de turistas estadounidenses por los atractivos naturales y culturales con alto valor turístico.
- Desarrollo de productos con base en nuevos perfiles y tendencias del mercado.
- Incremento de turistas, como resultado de la promoción.
- Para el mercado de largo desplazamiento, se tiene el potencial de ofrecer un producto multidestino binacional.
- Otorgamiento de facilidades e incentivos fiscales por parte de los gobiernos de los estados fronterizos para el desarrollo de nuevas empresas

Debilidades:

- Limitada oferta de productos turísticos integrados.
- Baja estadía, estancia y gasto del turismo fronterizo.

- Poca oferta de hoteles de calidad y centros de entretenimiento.
- Escasa oferta complementaria.
- Problemas de imagen, asociados con falta de inseguridad.
- Percepción de malos servicios e instalaciones, relacionados con migración y aduana.
- Diversa problemática en la internación de turismo carretero.
- Deficiente imagen urbana en algunos puntos fronterizos.
- Falta de información turística y señalamiento carretero.
- Servicios públicos que dificultan la operación turística como transporte, atención médica, ministerios públicos especializados, etc.
- Falta de calidad en la prestación de servicios turísticos.
- Limitado esfuerzo promocional.
- Falta de cultura y conciencia turística de la población.

Amenazas

- Gran competencia en destinos del sur de los Estados Unidos de América.
- Retenes carreteros que generan molestia a automovilistas y desmotivan a los visitantes.
- Percepción de un problema de corrupción, que afecta la imagen e inclusive el flujo turístico hacia nuestro país.
- Pérdida de identidad de algunos destinos de la frontera”.⁴²

En la actualidad nadie duda de la importancia que representa el turismo para México, sin embargo, la corriente de turistas nacionales como extranjeros no se distribuye de manera homogénea a lo largo y ancho del territorio nacional; siendo principalmente los destinos de playa y sol los que atraen a un mayor número de visitantes internacionales, si comparamos con otras regiones y productos turísticos, como la

⁴² <http://www.fronteranorte.presidencia.gob.mx/turismo> (pág. consultada el día 10/03/2006)

Frontera Norte, que cuenta con potencial suficiente para atraer visitantes del día y turistas, sobre todo si aprovecha de una manera organizada y planeada las ventajas comparativas derivadas de su vecindad con la primera potencia económica mundial.

Como ya nos hemos podido dar cuenta las instancias gubernamentales mexicanas no han brindado la importancia que se merece el turismo fronterizo. Sin embargo, hay que recordar que la trascendencia del turismo para el desarrollo de las regiones se deriva, no sólo de los beneficios económicos que éste propicia en el lugar receptor, sino también por su importancia socio-cultural, geográfica y a veces gastronómica regional; su cada vez mayor preocupación por la conservación de un medio ambiente sano, es la base de su éxito de recepción turística.

4.5. PROMOCIÓN DEL FORTALECIMIENTO DE VALORES A TRAVÉS DE LA CULTURA REGIONAL, ARTESANAL Y GASTRONÓMICA

A lo largo de 3 mil kilómetros de nuestra frontera se extiende una línea de aromas, sabores y tradiciones que se integran y son parte de nuestro patrimonio regional.

Las tradiciones que agrupan a cierto sector para unificarlas, muchas veces tienen que ver más con la religión en donde se ubicaron las culturas siglos atrás que su pertenencia a una misma entidad. Una parte de los festivales que se realizan en México tiene como base ese precepto.

En nuestro país las culturas regionales no corresponden a los límites de los estados, sino a áreas culturales anteriores a la formación de las entidades federativas por lo que se relacionan directamente con la historia de cada zona.

Existen estados de la República donde confluyen diversas regiones, como en Veracruz, donde se encuentra la cultura huasteca en el norte, la totonaca en el centro norte y lo que se conoce como la zona del Sotavento, que comprende el sur del estado y se extiende hasta Tabasco y Oaxaca.

A partir de esta idea, se tiene la necesidad de agrupar el trabajo cultural de las regiones históricas del hombre y de fortalecer la diversidad cultural, lo que favorece la unidad y la riqueza nacionales.

Esta idea es reciente. Antes se pensaba que las diferencias debilitaban la unidad y que ahora la tendencia es la contraria. La búsqueda de identidad crea la necesidad de impulsar la cultura regional. Este trabajo comenzó en la década de los años setenta, cuando, a través de festivales se presentaban manifestaciones artísticas de determinadas regiones, por medio de iniciativas locales. Ahora ya existe un gran interés y los festivales reciben apoyo oficial.⁴³

⁴³ <http://www.cnca.gob.mx/cnca/nuevo/2001/diarias/nov/151101/regi...> (pág. consultada el día 14/10/2006).

A principios del siglo pasado se creía correcto imponer un estereotipo cultural para todo el país, como el mariachi, que se tomaba como símbolo de la música nacional, cuando existen zonas que lo sienten ajeno. En la actualidad, la cultura se fortalece desde las regiones para enriquecer la diversidad cultural.

En ciertas zonas se organizan festivales culturales desde hace años, como en la huasteca, donde se realizan en diferentes sedes: en San Luis Potosí, Veracruz, Tamaulipas o Querétaro. Esto tiene como resultado que una región tan extensa tenga comunicación de nuevo. La gastronomía, la danza y todas las manifestaciones comunes se unen y los artistas que provienen de diferentes lugares se conocen, lo que no sucedería de no existir estas reuniones.

En la década de los años setenta la prensa daba poca importancia a la cultura regional, era marginada. Ahora los medios de comunicación están atentos a las manifestaciones de las diferentes regiones, que ocupan parte de su interés informativo. Antes se tenía que hacer una labor titánica y luchar contra la corriente. Afortunadamente ya hay más atractivo por estas expresiones. Además, el conocimiento de la diversidad genera la tolerancia”.⁴⁴

No sólo se ha dado el lugar que merecen a las manifestaciones artísticas, sino también al estudio de la historia regional que alimenta a los promotores culturales. El conocimiento de la cultura en este sentido fomenta la vinculación entre México y otros países y zonas de habla hispana. La gente del la costa del Golfo de México está consiente de su relación con el Caribe y se muestra orgullosa por esta razón, de la misma manera que los habitantes de Chiapas y Oaxaca y sus lazos con Centroamérica, y la gente de norte de México con los hispanos de Estados Unidos.

Por último, sobre este párrafo diremos que la retroalimentación es el resultado de esta conciencia.

Es muy importante la cultura regional, ya que esta viene de las tradiciones y religiones ancestrales de cada región o país. Los antecedentes históricos y la producción artesanal y artística ayudara a realizar prácticas y manifestaciones culturales de la región noreste de México que coadyuven a comprender el perfil cultural e identidad de los actuales habitantes de los estados fronterizos para que así no se pierdan poco a poco nuestra identidad nacional ya que la cercanía con nuestro vecino del norte es muy poderosa y atractiva para la población ya poco a poco se ha ido desvirtuando las tradiciones, la ideología y hasta la forma de vida de los habitantes de este lugar. Ya que fortaleciendo la identidad regional fortaleceremos la riqueza y la unidad de nuestro México.

Otro modo de expresión cultural es la artesanal ya que es una forma de no dejar en el olvido las raíces y costumbres que nos han dejado como legado nuestros antepasados.

⁴⁴ Íbidem.

Es por ello que la FONART (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías), es un fideicomiso público del gobierno federal, sectorizado en la Secretaría de Desarrollo Social, que responde a las necesidades de promover el desarrollo humano, social y económico de los artesanos de México. Fue constituido el 14 de julio de 1974 por mandato del Ejecutivo Federal.

El objetivo de este organismo es apoyar a los artesanos de México que preservan técnicas y diseños tradicionales y que viven en condiciones de pobreza, para potenciar sus capacidades, a través del financiamiento y el estímulo a la creatividad mediante la asistencia técnica para desarrollar diseños nuevos y promover estrategias comerciales eficaces que permitan la venta adecuada de sus productos.

La tarea de este organismo es:

- Mejorar las condiciones de vida de los artesanos tradicionales, potenciando sus acciones en la producción y el desarrollo sostenible de la actividad comercial de sus productos.
- Mantener las fuentes de autoempleo y procurar un mayor ingreso a los artesanos tradicionales populares, mediante acciones de asistencia técnica para mejorar la calidad y características de su producción, adquisición de artesanías comercializables y estímulos a la producción por medio de concursos artesanales y el otorgamiento de créditos para el apoyo de ciclos de producción técnica y financieramente viables.
- Fomentar en coordinación con los tres órdenes del gobierno el sentido artístico y cultural de las artesanías populares como elemento fundamental de la identidad nacional y generar nuevas corrientes de producción.
- Capacitar y orientar a los artesanos a fin de que se desarrollen nuevos diseños utilizando los elementos tradicionales de nuestra cultura.

A continuación veremos como se distribuyen las zonas y las funciones de los centros regionales FONART en el territorio nacional.

Centros Regionales
(Zona geográfica de competencia, Regionalización)

- Michoacán	- San Luís Potosí	- Guadalajara	- Oaxaca	- México, D. F.	Zona Norte
- Guanajuato	- Zacatecas - Aguascalientes - Querétaro	- Colima - Nayarit	- Chiapas - Tabasco - Campeche - Yucatán - Quintana Roo	- Hidalgo - Morelos - Edo. de México - Guerrero - Puebla - Tlaxcala - Veracruz	- Chihuahua - Tamaulipas - Nuevo León - Coahuila - Durango - Sonora - Sinaloa - Baja California - Baja California Sur

Funciones Centros Regionales

Compras:

- Proveer artesanías.
- Salida a campo.
- Nueva artesanía que nos ofrecen.
- Nueva artesanía que requiere FONART.
- Mantenimiento de línea (inventario).

Financiamiento:

- Coordinar con Dirección de Operaciones.
- Otorgado directamente por C. R.
- Otorgado por Capacitación.
- Otorgado por Instituciones del Estado.

Concursos:

- Recepción y administración de piezas para concursos.
- Promoción de concursos.
- Organización de concursos locales.
- Apoyo de concursos locales.

Capacitación:

- Detectar y recibir necesidades de capacitación
- Dar seguimiento a programas
- Programa estratégico con la Subdirección de Programas Sociales”⁴⁵

La función de FONART es buena ya que los artesanos encuentran apoyo, promoción y protección para sus productos, respaldados por un organismo serio y que pone fin en cierto modo al abuso y explotación que a veces reciben este tipo de personas.

La gastronomía es otro tipo de expresión o valor característico de un lugar región o país diremos que es el arte de preparar una buena comida”⁴⁶

México se caracteriza por una basta cocina con un sin fin de guisados, olores y sabores. Ciudad Juárez, en el estado de Chihuahua, fue la ciudad sede en donde se celebró la primera reunión gastronómica, donde el tema principal fue la cocina, la defensa, promoción y revaloración de la gastronomía regional, tan poco registrada y hasta desdeñada por el centro cultural del país.

El Instituto Chihuahuense de Cultura fue el encargado de realizar el Primer Congreso de Patrimonio Gastronómico de la Frontera Norte, el cual reunió a investigadores, cocineros, expertos en temas culinarios, promotores culturales y más de “20 empresas restauranteras de la zona con la finalidad de difundir el valor de este patrimonio, el cual propicia el desarrollo de proyectos que impacten las economías locales, así como crear una defensa de nuestra cocina ante la invasión de comida chatarra estadounidense, promover la comida mexicana del norte y crear conciencia en la población sobre la riqueza cultural de alimentos creados en la región”⁴⁷

En esta reunión hubo conferencias expuestas por especialistas acerca de la riqueza de nuestra cocina mexicana, una austera, ruda, estriada de ecosistemas radicales como el desierto, pero no menos variada y valiosa.

Esa extensa región, poco estudiada y apreciada por el resto del país, requiere ser investigada, difundida y revalorada, es fruto de una larga tradición alimenticia, reflejo directo de la capacidad de adaptación de los habitantes a ecosistemas como el desierto, el semidesierto y la selva baja, que forman parte de Aridoamérica, cuyas expresiones culinarias han dependido de la tecnología de la deshidratación de alimentos por medio del calor solar.

⁴⁵ http://www.fonart.gob.mx/centros_regionales.html (pág. consultada el día 14/10/2006).

⁴⁶ <http://www.jornada.unam.mx/2006/06/08/a14n1gas.php> (pág. consultada el día 13/06/2006)

⁴⁷ Ídem.

Cabe señalar que mientras en otras entidades, como Puebla, Michoacán y Oaxaca, departir del siglo XIX, se han publicado voluminosos recetarios de cocina regional. En Chihuahua no se ha escrito nada al respecto. Según los investigadores Marcela Frías y Jesús Vargas resume en su libro (escrito en conjunto) 'Cocina regional de Chihuahua'.

Los componentes fundamentales de esta cocina son alimentos preservados por medio de la deshidratación natural, para aprovechar mejor los ciclos agrícolas: chiles secos, frutas, calabazas, lácteos y trigo (con el que se produce tortillas de harina, base fundamental para la elaboración del producto popular más consumido en la zona: los burritos).

Sin duda uno de los principales alimentos indígenas fue el mezquite y uno de los platillos más característicos de la región es el chile pasado, la variedad culinaria de Chihuahua y el resto de los estados fronterizos es muy variada se pueden encontrar también diferentes guisados, pasteles, dulces, atoles y bebidas regionales.

La comida del norte del país tiene como producto característico los alimentos deshidratados, debido a que las distancias entre las distintas localidades son enormes, y en tiempos pasados, cuando no había carreteras ni formas de comunicación, la gente tenía que envasarlos para que se conservaran.

El desierto también es un ecosistema rico en plantas y animales. Empezaron con los guisos a base de carne, y cómo conservaban a la vaca que mataban, pues secándola, para que les durara en épocas de sequía e invierno. Esos son los fundamentos de la gastronomía fronteriza, sin olvidar también la influencia de las cocinas menonita e indígena.

La dieta en esta región es estacional ya que los hábitos alimenticios en el norte del país siempre han estado condicionados por las estaciones del año; en primavera destacaban como nutrientes las flores de yuca y de nopal, la tuna y la pitahaya, las hojas del nopal tierno y el aguamiel de diversos magueyes que bebían como agua de uso. Además, algunos animales, como conejos, serpientes y perritos de la pradera, aparte de gusanos y hormigas. Las conservas son un componente fundamental de la cocina regional.

En verano se empezaron a aprovechar las vainas del mezquite, una de las principales plantas del desierto. Se consumía su carnosidad cuando estaban frescas y ya secas se molían las semillas hasta hacer harina, con la cual se elaboraba pinole y pan cocido a las brasas. También se comían las vainas del guamúcil, los quiotes del maguey, las flores del agave y su raíz, cocida en una especie de barbacoa de hoyo. Empezaba a cazarse el jabalí o pecarí, el venado, el tlacuache, la codorniz y la tortuga de tierra. En los aguajes agregaban quelites, berros y verdolagas a la dieta.

Con el otoño, se iniciaba el consumo de bellotas de roble, piñones, dátil de yuca, orégano, semillas de pasto, chile de monte, corazón de mezcal y raíz de tule; también comenzaba la cacería de la chachalaca, amén de recolectar miel de abeja.

Con la llegada del invierno, la estación más precaria en alimentos, se comían el bagazo seco del mezcal, que meses atrás habían masticado para sacar su dulce jugo; la harina de mezquite revuelta con harina de huesos molidos; panes de bellota y de mezquite, así como raíces y pavos de monte. En los aguajes era posible, a veces alguna pesca, inclusive de culebras acuáticas, además de la caza de patos.

Las manadas de bisonte o cibolos llegaban a pastar hasta tierras hoy mexicanas, aunque en menor cantidad que hacia el norte. Esa era la caza más codiciada, además de venados y berrendos. Así surgió el tasajo, machaca o machacado, llamado así porque se golpeaba la carne con una piedra para adelgazarla y deshidratarla mejor.

La costumbre de la carne seca se conserva hasta nuestros días y por supuesto, en todos los estados fronterizos mexicanos.

Son muchas las recetas de sopas, carnes, guisados, dulces, postres y bebidas que componen la gastronomía propia de los pueblos y ciudades de esta región. Tanto en la sierra como en los llanos que recorre el horizonte interminable de la planicie. Uno tiene la certeza de que ahí donde nadie lo espera encontrara siempre una mesa hospitalaria servida con deliciosos platillos, mientras en la estufa de hierro fundido espera el café y sobre las placas terminan de cocerse las exquisitas tortillas de harina.

Como podemos apreciar, la cocina en la zona fronteriza es muy basta, una razón más para aprovechar esta zona de la República mexicana, ya que no sólo tiene grandes bellezas naturales, sino que su cocina es un complemento para el desarrollo del turismo y por consecuencia, los turistas extranjeros al igual que los nacionales puedan regresar a visitar estas grandes maravillas naturales que nos ofrece nuestro país.

Por último, después de hacer la revisión y el análisis del Programa México Norte y de sus principales características, descubrimos que es una de las principales fortalezas del Programa Nacional de Turismo 2001-2006 y que se pretende dar continuidad en la actualidad con el presente gobierno federal a cargo del Presidente mexicano Felipe Calderón Hinojosa, y continuar con la aplicación de dichos proyectos del sexenio anterior para impulsarlos y aplicarlos hasta el periodo 2025 para el mejor desarrollo del país y principalmente de los mexicanos.

CONCLUSIONES

- 1.- En la legislación mexicana y propiamente dicho dentro de la Ley Federal de Turismo, determina que un turista es 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 misma Legislación.
- 2.- Dentro de las Políticas de Gobierno del entonces Presidente de la República Mexicana en el periodo 2001-2006 se encuentra el llamado Programa Nacional de Turismo 2001-2006.
- 3.- Son 20 las acciones que identificó en su momento el Gobierno del Presidente Vicente Fox Quesada y la Secretaría de Turismo. Mismos que se dividieron en 8 temas que son: Agenda Legislativa, Agenda para la Mejora Regulatoria y la Facilitación, Infraestructura y Desarrollo, Política Fiscal, Política Ambiental, Seguridad, Financiamiento y por último la Profesionalización.
- 4.- Dentro de las políticas públicas de todos los gobiernos federales se desarrollan políticas para el desarrollo de país, dentro de estas políticas públicas, en el periodo del entonces Presidente de la República Mexicana el Lic. Vicente Fox Quesada, se desarrolló el Programa Nacional de Turismo 2001-2006.
- 5.- El Programa Nacional de Turismo 2001-2006, contiene las opiniones de los empresarios, prestadores de servicios turísticos, sociedad civil y académica, así como opiniones del Gobierno Federal y de los Gobiernos de los estados y de los Municipios.
- 6.- El Programa Nacional de Turismo 2001-2006, es un programa que reúne los objetivos, políticas, principios y acciones relevantes necesarias para alcanzar una visión que se ha definido para el año 2025, como base de una estrategia de largo plazo para su desarrollo y continuidad.

- 7.- Este Programa, se encuentra dividido en Coordinaciones o Programas Regionales y estos programas a su vez, se encuentran subdivididos en 8 categorías que abarcan diversas áreas de oportunidades y que son: Programa Mundo Maya, Programa Tesoros Coloniales, Programa Mar de Cortés-Barrancas del Cobre, Programa Pueblos Mágicos, Programa México Norte, Programa Ruta de los Dioses, Programa en el Corazón de México y por último el Programa Centros Playa.
- 8.- En todos estos programas, su objetivo principal es impulsar el desarrollo del turismo en cada una de las regiones que abarca cada programa en particular. Esto realiza mediante las estrategias y acciones que permitan el desarrollo del turismo y así consolidar las regiones de los estados como garantía de captación de divisas para el desarrollo de la economía del país y de cada una de las regiones, todo ello mediante la participación de los sectores público y privado e incorporando a las comunidades locales al desarrollo de la economía del país.
- 9.- En cuanto a la mejora de la calidad de los servicios, determinamos que los instrumentos indispensables para esta mejora son la capacitación y la competitividad de los recursos humanos y de los establecimientos, vinculados con el sector turístico.
- 10.- En cuanto a la infraestructura, en el apoyo al turismo, es importante que se inyecte capital social y privado, contando también, con la coordinación de los gobiernos estatales, municipales y con todas las instituciones del Gobierno Federal.
- 11.- El propósito del Sector Turístico por conducto del Consejo de Promoción Turística de México, es lograr que las estrategias y campañas promocionales y de mercadotecnia que se llevan a cabo, generen un mayor flujo de turistas internacionales hacia nuestro país y alienten el turismo doméstico, con mensajes que enfatizan la diversidad y la calidad de atractivos, productos y servicios, así como la seguridad y sustentabilidad de los destinos.

Es por esta razón y a manera de ejemplo, decimos que en la zona fronteriza, la ocupación de servicios turísticos es muy baja debido a la falta de servicios de calidad, la poca promoción y la inseguridad pública. El potencial turístico que implica más de 100 millones de cruces al año en la frontera de México con los Estados Unidos debe de apoyarse con el desarrollo de infraestructura y una adecuada promoción.

- 12.- El turismo en México ha ido en ascenso a través de los programas que promocionan a las ciudades coloniales, las zonas arqueológicas, las playas y la convivencia con la naturaleza. No obstante, aún falta trabajo para promover una actividad turística más consistente y menos lesiva para los recursos, que representan la materia prima de este sector. Además, falta desarrollar el turismo en las zonas de mayor riqueza tanto de bellas naturales como de la gastronomía y una de esas zonas de mayor explotación sería la frontera norte de nuestro país.
- 13.- La frontera norte es la zona más importante para el mercado turístico de la región, ya que los estadounidenses constituyen el 88% del turismo de internación recibido por nuestro país. Es por eso que realicé mi tesis sobre este mercado inexplorado del turismo en México, ya que es una zona de la región en la cual se encuentra en pleno desarrollo y puede sacarse provecho de la relación que existe entre estos dos países.
- 14.- Como resultado de este trabajo, determino que la hipótesis principal de mi investigación es cierta, ya que el Programa Nacional de Turismo 2001-2006, es una de las principales fortalezas de las políticas públicas que se desarrollaron durante el periodo de los años 2001-2006. También es importante el Programa de la frontera norte, ya que como se dijo a lo largo de este trabajo es importante el desarrollo de su frontera con el país que tiene una economía muy importante a nivel mundial y a la vez que es el socio comercial más importante del país.

Es importante reforzar este programa y elevar la cooperación de la Federación con cada uno de los Estados de nuestro vecino del Norte, no será fácil lograr una cooperación total, pero sería importante crear programas para una mejor promoción de los destinos turísticos que ofrece el país a lo largo de su extensa frontera, e inclusive hacer una propaganda mediante trípticos en los puentes fronterizos o en los lugares donde se presume la existencia de cruce de personas que residan en los Estados Unidos de América.

En un principio los puntos que abarca este programa fueron, en su momento, los más importantes; pero fueron superados con el pasar del tiempo, creo que deben ser fortalecidos y darle más importancia y canalizar los recursos económicos y humanos para poder desarrollarse en su totalidad. Desde mi punto de vista, cumplen con lo necesario para el desarrollo de esta parte del turismo en la cual me enfoco para su desarrollo.

Algo importante y que no se debe dejar pasar es darle una mayor importancia a los Programas en general y desarrollar un medio de capacitación para el mismo personal de la Secretaría de Turismo ya que, en un principio, son ellos los que tendrán a su cargo el avance de los mismos y atender a la sociedad que esté

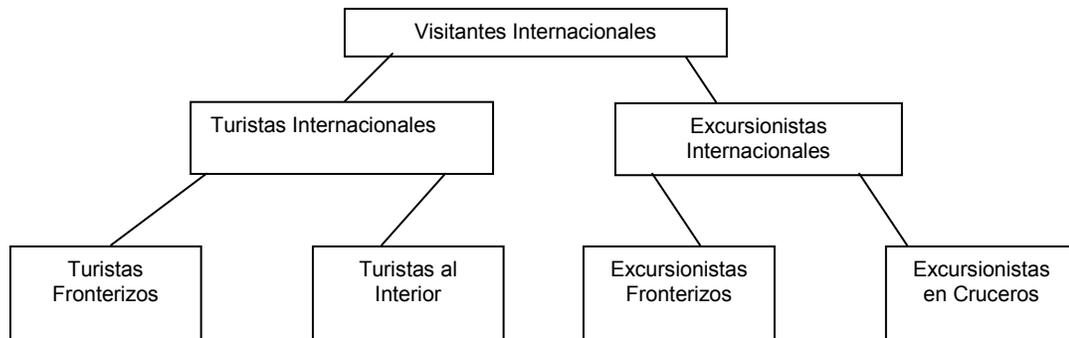
al tanto de su desarrollo, ya sea como turista o como persona interesada en conocer más sobre los diferentes programas que existen para el progreso turístico de México. Asimismo, deben reforzarse con personal capacitado, por que al ir a la Secretaría a pedir información las personas que estaba en ese lugar no sabían realmente lo que realizaban; lo más desconcertante es que los propios titulares de esta dependencia no sabían nada al respecto y sólo me remitían a la página de la propia Secretaría de Turismo, cosa que hice en su momento. Estoy segura que al dar un mayor realce a estos programas con capacitación del personal y una mejor distribución de los recursos que se destinaron para el desarrollo de estos programas se puede hacer crecer al país y por consecuencia se desarrollaría la economía en este sector.

Otra cosa que no debemos dejar pasar en reforzar la seguridad pública para que el turista se sienta a gusto con sus visita a México y al ser un cliente satisfecho, es una persona que podrá recomendar a futuros turistas que la tener una mejor referencia de este país, se sentirá seguro y visitará nuestros destinos turísticos y así se podrá desarrollar este mercad, que desde mi punto de vista es importante para el mejoramiento de la economía del país.

Por último, es necesario que el actual gobierno federal a cargo del Presidente Felipe Calderón Hinojosa continúe con la aplicación de dichos proyectos del sexenio anterior para impulsarlos, reforzarlos y aplicarlos hasta el periodo 2025, tiempo por el cual están destinados para su aplicación, para el mejor desarrollo del país y principalmente de los mexicanos.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

UNIDADES BÁSICAS DEL TURISMO



DEFINICIONES:

Excursionistas.- Toda persona que se desplaza a un sitio diferente de su lugar habitual de residencia, que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del lugar visitado y cuyo propósito no sea desarrollar una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Excursionistas Internacionales.- Visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado.

Turistas.- Toda persona que se desplaza a un sitio diferente de su lugar habitual de residencia y que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado, con una duración del viaje inferior a doce meses y cuyo propósito no sea desarrollar una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Turistas Internacionales.- Visitante que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

Visitantes.- Toda 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 propósito no sea desarrollar una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Visitantes Internacionales.- Toda persona que viaja, por un periodo menor de un año, a un país diferente de aquél en que tiene su residencia, es decir, fuera de su entorno habitual y cuyo motivo principal del desplazamiento no es el ejercicio de una actividad que se remunere en el país visitado.

Visitantes Nacionales o Internos.- Toda persona que reside en un país y que viaja durante un período menor a doce meses a un lugar dentro de ese mismo país, pero distinto a su entorno habitual y cuyo motivo del viaje es diferente a desarrollar una actividad que se remunere en el lugar visitado.

FORMAS DEL TURISMO

Turismo.- De acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, determina que el turismo es la actividad o hecho de viajar por placer.

Turismo Egresivo o de Salida.- El de los residentes del país dado que viajan a otro país.

Turismo Interior.- Comprende el turismo interno y el receptivo (de entrada), es decir, a los individuos que viajan dentro del país dado, sin importar su lugar de residencia.

Turismo Internacional.- Esta constituido por la adicción del turismo que viaja al exterior (egresivo o de salida) y el que produce del extranjero (receptivo o de entrada).

Turismo Interno o Doméstico.- El de los residentes del país que viajan únicamente dentro de ese país.

Turismo Nacional.- Resulta de la conjunción del turismo interno más el egresivo (de salida), y se refiere a los residentes del país dado, sin distinguir el destino de su viaje.

Turismo Receptivo o de Entrada.- El de no residentes, que viajan dentro del país referido.

BIBLIOGRAFÍA Y HEMEROGRAFÍA

Acerenza, Miguel Angel. Administración del Turismo. Edit. Trillas, México. 1984, 277 p.

Augé, Marc. El viaje imposible: El turismo y sus imágenes, traducción Alberto Luis Bixio, Barcelona, Edit. Gedisa, 1998. 143 p.

Artículo Frenerverkehr en el Handwörterbuch der Staatswissenschaften. Vol. IV, Jena, 1929. (Citado por Hans Knebel. Sociología del Turismo.)

Bailey Jhon y Roy Godson. Crimen organizado y gobernabilidad democrática: México y la franja fronteriza., México, Edit. Grijalbo, 2000. 332 p.

Bassols Ballarta, Angeles. La gran frontera: zona de guerra franjas fronterizas México Estados Unidos: transformaciones y problemas de ayer a hoy. Coordinador Javier Delgadillo Macías. México. UNAM, Investigaciones Económicas, Coordinación de Humanidades, 1999. V 2, 436 p.

Bringas, Nora. Grupos de visitantes y actividades turísticas en Tijuana Edit. El Colegio de la Frontera Norte, 1991. 161. p

Ceballos Lascurain, Héctor. Ecoturismo: naturaleza y desarrollo sostenible. México, Edit. Diana: fundación Miguel Alemán Valdés 1998, sic 185 p.

Cortez Lara, Alfonso Andrés, Scout White Ford, Chávez Márques Manuel. Seguridad, agua y desarrollo: el futuro de la frontera México-Estados Unidos. 1 era. Edit. Edit. El colegio de la Frontera Norte: Michigan State University 2005, 415 p.

De la Torre Padilla, Oscar. El Turismo Fenómeno Social. Edit. FCE, México, 134 p.

Diccionario Porrúa de la Lengua Española. Edit. Porrúa, S. A, México, 858 p.

Fernández Fuster, Luis. Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo, Vol. I y II, 6ª ed. Edit. Alianza, España. 1985, 816 p.

Gallardo Robles, Héctor Manuel. Clasificación de los recursos turísticos naturales. México, Edit. Comisión de Estudios del Territorio Nacional, Secretaría de la Presidencia 1975, 16 h. trabajo presentación en la IV convención CETENAL.

García Ortega, Roberto, con la colaboración de Aguilar Benitez Ismael y Rivera Cardona Roberto. Monterrey y Saltillo hacia un nuevo modelo de la planeación y gestión urbana metropolitana. Edición 1 era. Tijuana B.C. México, Saltillo, Coahuila, Méx. Edit. El Colegio de la Frontera Norte: Universidad Autónoma de Coahuila. 2003, 295 p.

Getino, Octavio. Turismo entre el ocio y el negocio: identidad cultural y desarrollo económico para América Latina. Edición 1 era. Buenos Aires, Edit. Ediciones CICCUS. La Cruja, 2002, 283 p.

Jiménez Martínez, Alfonso. El Turismo, estructura y desarrollo. 1ª ed. México, Edit. McGraw Hill, 1990, 242 p.

Lanfant, Marie Françoise. Sociología del Ocio. Edit. Península, España, 1978, 275 p.

Ley Federal del Turismo

Ley General de Población.

M. Fuentes, Cesar, Peña Medina Sergio. Planeación Binacional y Cooperación transfronteriza entre México y Estados Unidos. Edit. El Colegio de la Frontera Norte: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. 2005, 273 p.

Medina Ross, Verónica María. Los negocios y el ambiente: una relación cambiante. Edit. El Colegio de México, 2005, 103 p.

Mercado García, Alfonso y Fernández Constantino Oscar A. La generación de contaminación industrial en México y sus regiones. Edit. El Colegio de México, 2005, 187 p.

Messmacher, Miguel. La interdependencia en la frontera norte de México: población, industria, comercio y turismo en Piedras Negras, Coahuila, México. Edit. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. 1990, 213 p.

Morales Figueroa, José Miguel. La arquitectura del ocio en la Costa del sol. Málaga España, Edit. Universidad de España 1982, 230 p.

Moreno Toscazo, Octavio. El Turismo una interpretación. México, Tesis, Colegio de México, 1969. El Turismo como Factor Político en las Relaciones Internacionales, en Foro Internacional, Vol. XII, Núm.1, Julio/Septiembre, México, 1971.

Morra, Murphy. Ciudad Juárez: entre la frontera y el mundo. Méx. D. F., Cd. Juárez, Chihuahua, México. Edit. Doble Hélice: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Ciudad Juárez, 2005 195 p.

Payán, Luis Antonio. Gobernabilidad e ingobernabilidad en la región paso del norte México. Edit. Colegio de la Frontera Norte, 218 p.

OMT Compendio Sobre Turismo, OMT, 1983, 317 p.

Ramírez Blanco, Manuel. Teoría General del Turismo, Edit. Trillas, México 1991, 189 p.

Ramos García, José María. La gestión de la cooperación transfronteriza México-Estados Unidos en un marco de inseguridad global: problemas y desafíos. Edición 1 era. Méx. D. F. Edit. Cámara de Diputados Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales M. A. Porrúa 2004, 235 p.

Ribagorda Serrano, Miguel. Patrimonio cultural. Edit. Thomson, Madrid. 2002, 203 p

Torres Gaytan, Ricardo. Teoría del Comercio Internacional, Edit. Siglo XXI, 13ª ed. México, 1985, 204 p.

Trejo Vargas, Pedro. El sistema aduanero de México. México D. F. Edit. Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2003 470 p.

Valenzuela Arce, José Manuel. Por las Fronteras del Norte: una aproximación cultural a la frontera México- Estados Unidos. México. Edit. Fondo de Cultura Económica, México, 2003, 448 p.

MESOGRAFÍA

<http://www.visitemexicoprensa.com.mx/visitemex/bolprensa.sectur/04/marctex1bol1060704b.htm-72k>

(pág. consultada el día 22/03/2005)

http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_763_presentacion

(pág. consultada el día 17/08/2005)

<http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sectProgramasRegionales>

pág. consultada el día 22/03/2005)

<http://www.fronteranorte.presidenciagob.mx/acalli.php?art=indicadoresestatisticos>

(pág. consultada el día 13/10/2005)

<http://www.tij.uia.mx/elbordo/vol15/index.html>

(pág. consultada el día 12/05/2006)

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmento-mercadodefinicion-concepto.html>

pág. consultada el día 31/05/2006)

<http://www.sgt.turispain.es/paginas/medioambiente/publicacionesETN24012005.pdf>

f (pág. consultada el día 09/04/05)

<http://revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2005julio/html...>

(pág. consultada el día 25/08/2005)

<http://www.sectur.gob/quintoinformedelabores/>

(pág. consultada el día 04/03/2006)

<http://www.fronteranorte.presidencia.gob.mx>

(pág. consultada el día 22/02/2006)

<http://www.sectur.gob.mx/work/resources/LocalContent/11899/25/1Act2003.pdf>

(pág. consultada el día 22/02/2006)

<http://www.fronteranorte.presidencia.gob.mx.medioambiente>
(pág. consultada el día 10/03/2006)

<http://www.felipe.calderon.org/fclhtml/pdf/dos.pdf>
(pág. consultada el día 10/03/2006)

<http://www.uach.cl/facultad/economicas/temaadministracion023.htm>
(pág. consultada el día 10/06/2006)

<http://www.empresarios.mundoejecutivo.com.mx/articulos.php?idsec=6>
(pág. consultada el día 10/03/2006)

<http://www.fronteranorte.presidencia.gob.mx.turismo>
(pág. consultada el día 10/03/2006)

<http://www.jornada.unam.mx/2006/06/08/al4n1gas.php>
(pág. consultada el día 13/06/2006)

<http://www.fronteranorte.presidencia.gob.mx/archivos/pdf/04%20MEDIO%20AMBIENTE.pdf>
(pág. consultada el día 01/03/2006)

http://www.camaradediputados.gob.mx/cesop/comisiones/3_turism...
(pág. consultada el día 12/06/2006)

<http://www.senado.gob.mx/comisiones/directorio/turismocontenido/documentos/divisiones/d6cs/4052005/pdf>
(pág. consultada el día 12/06/2006)

<http://www.csgastronomia.edu.mx/profesores/mbarrera/patrmex/...>
(pág. consultada el día 04/06/2006)

<http://www.turismoalternativo.com/ta/default.asp?action=article&...>
(pág. consultada el día 12/06/2006)

http://www.cocef.org/files/es_document_140.pdf
(pág. consultada el día 28/05/2006)

<http://www.terra.com.mx/Turismo/articulo/159825/>
(pág. consultada el día 30/05/2006)

<http://pnd.presidencia.gob.mx/index.php?indseccion=19>
(pág. consultada el día 04/10/2005)

<http://www.tij.uia.mx/elbordo/vol15/política1.html>
(pág. consultada el día 28/07/2005)

[http://www.visitemexico.com/wb2/Visitemexico/Vis Playas Virtual](http://www.visitemexico.com/wb2/Visitemexico/Vis_Playas_Virtual)

(pág. consultada el día 26/10/2005)

[http://www.iucn.org/places/medioffice/Documentos/Seminario aznar 04.pdf](http://www.iucn.org/places/medioffice/Documentos/Seminario_aznar_04.pdf)

(pág. consultada el día 08/11/2005)

http://www.iucn.org/places/medioffice/es_abutus.html

(pág. consultad el día 09/11/2005)

[http://www.viaiapormexico.com/HomePrnc/Rep Esp2.htm](http://www.viaiapormexico.com/HomePrnc/Rep_Esp2.htm)

(pág. consultada el día 26/10/2005)

[http://www.sectur.bob.mx/wb2/sectur/sect Turismo Cultural y de...](http://www.sectur.bob.mx/wb2/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de...)

(pág. consultada el día 26/10/2005)

[http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur Turismo de Negocios...](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur_Turismo_de_Negocios...)

(pág. consultada el día 26/10/2005)

[http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect Turismo Nautico](http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Turismo_Nautico)

(pág. consultada el día 26/10/2005)

<http://portal.sre.gob.mx/eua/index.php?opinion=news&task=viewarti...>

(pág. consultada el día 21/07/2005)

<http://www.borderbovemorsconference.com/2003.php>

(pág. consultada el día 13/10/2005)

<http://www.cnca.gob.mx/cnca/nuevo/2001/diarias/nov/151101/regi...>

(pág. consultada el día 14/10/2006)

<http://www.fonart.gob.mx/queesfonart.htm>

(pág. consultada el día 14/10/2006)

http://www.mexicodesconocido.com.mx/espanol/cultura_y_sociedad...

(pág. consultada el día 14/10/2006)